

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

USAGES ET APPROPRIATION DU BLOGUE HINNOVIC SUR
LES INNOVATIONS EN SANTÉ

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
STÉPHANIE LAFLEUR

AVRIL 2012

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

C'est un plaisir d'avoir la chance d'exprimer ma gratitude auprès de certaines personnes qui ont soutenu ce mémoire de plusieurs façons. En effet, je considère que ce projet fût un travail d'équipe et je tiens à souligner l'apport de chacun.

Tout d'abord, j'aimerais remercier mes deux charmantes directrices qui ont su encadrer mon travail avec leur cœur et leur expertise. Merci de m'avoir fait confiance, ce fut un privilège de pouvoir travailler avec vous et je vous félicite de cette belle collaboration.

J'aimerais remercier les quinze participants à la recherche qui ont été d'une grande générosité et d'un accueil remarquable. Votre disponibilité et la qualité de vos observations ont permis d'apporter à ce mémoire une richesse inestimable.

De plus, j'aimerais exprimer ma reconnaissance aux deux institutions qui m'ont accordé une bourse, soit les Instituts de recherche en santé du Canada (IRSC) et la Faculté de communication de l'Université du Québec à Montréal.

Ensuite, j'aimerais saluer mes précieux amis et mes chers parents qui ont constitué un véritable réseau de supporteurs pour me permettre d'étudier en toute quiétude. Vous avez été extraordinaires et je vous remercie du fond du cœur.

En terminant, j'aimerais dédier ce mémoire à mes deux trésors, mon fils Gabriel et ma fille Zara. C'est pour vous que j'ai relevé le défi et c'est à travers vos yeux et votre amour que j'ai puisé ma force. Merci à vous deux, je vous aime.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	viii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
PROBLÉMATIQUE	4
1.1 Les blogues : Des applications caractéristiques du «Web social».....	5
1.1.1 Le développement du «Web social».....	5
1.1.2 L'émergence et les caractéristiques des blogues	7
1.1.3 Blogues scientifiques, blogues institutionnels et blogues santé; contours et limites	9
1.1.4 Autre initiative en transfert et échange de connaissances sur le Web: la communauté épistémique	12
1.2 Le blogue HINNOVIC	14
1.2.1 Contexte de mise en ligne.....	14
1.2.2 Caractéristiques du blogue à l'étude.....	15
1.2.3 Profil des usagers du blogue HINNOVIC	18
1.3 Questions de recherche.....	20

1.4 Pertience communicationnelle, scientifique et sociale de la recherche	21
---	----

CHAPITRE II

CADRE CONCEPTUEL.....	23
-----------------------	----

2.1 Travaux sur les usages : Une place plus grande accordée à l'utilisateur et aux différents contextes d'usage	24
---	----

2.1.1 L'étude des usages.....	24
-------------------------------	----

2.1.2 Les travaux sur le contexte d'usage.....	28
--	----

2.2 Travaux sur l'appropriation : La construction des significations d'usage.....	30
---	----

2.2.1 L'appropriation des contenus et des objets technique	30
--	----

2.2.2 La perspective constructiviste.....	33
---	----

2.2.3 Aspect identitaire et culturel de l'appropriation	36
---	----

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE	38
--------------------	----

3.1 Méthode de recherche.....	38
-------------------------------	----

3.1.1 Type de recherche et approche	38
---	----

3.1.2 Déroulement de la recherche	39
---	----

3.1.3 Une recherche par entretiens semi-dirigés.....	40
--	----

3.1.4 Le recours à différents types d'entretien semi-dirigés.....	41
---	----

3.1.5 Grille d'entretien.....	43
-------------------------------	----

3.1.6 Stratégie d'échantillonnage	44
---	----

3.1.7 Stratégie de recrutement des participants pour l'entretien.....	45
---	----

3.1.8 Déroulement du terrain	47
3.1.9 Stratégies de mise en œuvre pour l'analyse des données	48
3.2 Description des répondants.....	49
3.2.1 Description de l'échantillon.....	49
3.2.2 Les trois catégories de répondants	49
3.2.3 Habitudes en matière d'utilisation d'Internet	51
3.3 Considérations éthiques	53

CHAPITRE IV

RÉSULTATS	55
4.1 Les usages du blogue HINNOVIC	55
4.1.1 Différentes modalités de découverte du blogue.....	55
4.1.2 L'intérêt qui se développe	56
4.1.3 Fréquentation et développement de routines d'usage.....	64
4.1.4 Modes de navigation.....	65
4.1.5 Sélection des contenus.....	66
4.1.6 Contextes d'usage du blogue HINNOVIC	68
4.1.7 Différents usages du blogue HINNOVIC.....	69
4.2 Les modes d'appropriation	74
4.2.1 Le blogue comme base de connaissances	75
4.2.2 Le blogue comme base de référence.....	76
4.2.3. Le blogue comme outil de réseautage et de lobbying.....	77

4.2.4. Le blogue comme modèle de transfert des connaissances (TC)	79
4.3 Profils d'usage et d'appropriation du blogue HINNOVIC	79
CHAPITRE V	
DISCUSSION	83
5.1. L'appréciation du blogue : Une condition à la construction des usages	83
5.2 Modes d'appropriation d'un blogue de transfert de connaissances sur les innovations médicales.....	86
5.3 Quel statut pour le blogue HINNOVIC et les blogues institutionnels en santé ? ..88	
5.4 Comment cernent les usages d'un blogue ?.....	91
CONCLUSION	94
APPENDICE A	96
PHOTOS DU BLOGUE HINNOVIC	96
APPENDICE B	99
RAPPORT DE GOOGLE ANALYTICS.....	99
APPENDICE C	104
GRILLE D'ENTREVUE.....	104
APPENDICE D	107
MESSAGE AUX ABONNÉS DE L'INFOLETTRE.....	107
APPENDICE E.....	109
ANNONCE SUR LE BLOGUE.....	109
APPENDICE F	112

CAHIER DE CODIFICATION	112
APPENDICE G	115
CONSENTEMENT	115
BIBLIOGRAPHIE	119

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
3.1 Répartition des répondants selon la catégorie professionnelle.....	50
3.2 Résumé de la méthodologie	53

LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

TIC	Technologie de l'information et de la communication
TC	Transfert de connaissances
URL	Uniform Resource Locator
FIV	Fécondation in vitro
VPH	Virus du papillome humain
DASUM	Département d'administration de la santé de l'Université de Montréal
CLSC	Centre local de services communautaires
CEFRIO	Centre francophone d'informatisation des organisations
TED	Technology Entertainment Design (Ideas Worth Spreading)
INSPQ	Institut national de santé publique du Québec
IRSPUM	Institut de recherche en santé publique de l'Université de Montréal
UDM	Université de Montréal
DSP	Direction de la santé publique

RÉSUMÉ

Les différentes applications engendrées par Internet révèlent un univers fascinant, particulièrement avec l'avènement du «Web social» qui permet une participation plus grande de l'utilisateur et des échanges accrus entre internautes. Ces nouveaux outils de communication transforment notre rapport au quotidien et nos pratiques de travail. La question de leur intégration dans notre vie de tous les jours et le développement des pratiques d'utilisation personnelles et professionnelles suscite un grand engouement dans le domaine des communications. De plus, ces outils sont abondamment investis par les institutions qui cherchent à engager de nouvelles formes de communication avec leur public.

Dans le cadre de notre projet de recherche, nous nous intéressons à l'une de ces applications, les blogues et plus particulièrement ceux créés par des institutions dans le domaine de la santé. Le travail d'analyse porte précisément sur le blogue HINNOVIC, développé par un groupe de chercheurs d'une université montréalaise, qui présente des dossiers sur les innovations en santé faisant l'objet d'un débat social dans le but de permettre au public de mieux en cerner les enjeux.

L'objectif principal de notre recherche est de mieux comprendre les différentes utilisations de ce blogue par les visiteurs qui le fréquentent régulièrement. Nous visons plus précisément à comprendre comment se construisent les usages du blogue HINNOVIC et à cerner les modalités d'appropriation de cette ressource Web.

Les bases conceptuelles de notre mémoire mobilisent largement la sociologie des usages et notamment les concepts d'usage et d'appropriation des technologies de l'information et des communications (TIC). Nous avons opté pour une approche qualitative par entrevues semi-dirigées réalisées selon trois modes : par téléphone, en face-à-face et via l'application Skype et auprès de 15 participants (des professionnels et gestionnaires travaillant dans le réseau de la santé, des professionnels intéressés par les TICs et actifs en transfert de connaissances (TC) et des communicateurs et journalistes).

Nos résultats montrent que le processus de construction des usages du blogue comprend plusieurs étapes : la découverte de l'outil, le développement d'une pratique et s'ensuivent différents modes d'appropriation. Nous mettons en évidence quatre modes d'appropriation du blogue HINNOVIC (base de connaissances, base de référence, outil de réseautage et de lobbying et modèle de transfert des connaissances), qui sont en lien avec les occupations professionnelles des participants et semblent, pour certains, contribuer à la construction identitaire professionnelle. Par ailleurs, le blogue HINNOVIC semble constituer un outil efficace et apprécié de transfert de connaissances, mais l'interactivité entre les usagers et les contributeurs y reste limitée. Cela s'explique peut-être par le fait que le statut de cette plateforme reste difficile à cerner pour les usagers qui ne la perçoivent pas nécessairement comme un blogue. De plus, ce dispositif technique qu'est le blogue ne favorise pas nécessairement l'interactivité.

Mots-clés : usages, blogue appropriation, TIC, santé, professionnels, Hinnovic

INTRODUCTION

Avec le Web 2.0, on assiste à la diffusion de nouvelles applications comme les blogues, les forums, les sites de réseautage social, au sein desquels les internautes peuvent devenir producteurs de contenu et interagir avec d'autres internautes. Ces nouveaux outils de communication transforment notre rapport au quotidien et nos pratiques de travail et ils ont fait l'objet d'une importante littérature largement centrée sur les pratiques des internautes. Ces outils sont aussi abondamment investis par les organisations qui cherchent à engager de nouvelles formes de communication avec leur public.

Dans le cadre de notre projet de recherche, nous nous intéressons plus particulièrement aux blogues créés par des institutions dans le domaine de la santé, dont on trouve plusieurs exemples au Québec.¹ Le travail d'analyse porte précisément sur le blogue HINNOVIC² qui présente des dossiers sur les innovations en santé faisant l'objet d'un débat social dans le but de permettre au public de mieux en cerner les enjeux, comme le souligne le slogan affiché sur la page d'accueil du site : «L'innovation en santé. Pour s'y retrouver !».

Nous avons développé ce projet en réponse à une demande des éditeurs du blogue. Celui-ci a été mis en place et il est géré par une équipe de l'Université de Montréal (UDM) (l'équipe HINNOVIC) sous la direction de Pascale Lehoux, professeure titulaire au Département d'administration de la santé (DASUM) et co-directrice du présent projet de recherche. Ce blogue est en ligne depuis bientôt quatre ans et l'équipe HINNOVIC souhaitait mieux connaître les usages de cet outil. Nous nous sommes, plus spécifiquement, intéressée à

¹Voir par exemple, les blogues créés par l'Institut universitaire en santé mentale Douglas (<http://www.douglas.qc.ca/douglas2/blogs>), le Bureau de soutien à la communication de l'Institut nationale de santé publique du Québec (http://www.espacecom.qc.ca/les-breves/Bloque_politiques_publicques_sante.aspx) et le blogue de l'axe Internet et santé du Réseau de recherche en santé des populations (<http://blogsgrms.com/internetsante/>), le blogue «C'est malade» du centre de recherche sur la communication et la santé (ComSanté) de l'Université du Québec à Montréal (<http://www.grms.uqam.ca/>) et celui de l'Association pour la Santé Publique du Québec (<http://www.aspq.org/fr/blogue>).

²Dans le nom HINNOVIC, le H est pour Health, INNOV est pour Innovation et les lettres IC signifient In context.

comprendre comment s'effectue l'appropriation de ce blogue institutionnel par des usagers qui le fréquentent régulièrement.

À titre personnel, ce projet a capté notre intérêt car il nous permet de comprendre davantage comment s'intègrent les nouvelles technologies en milieu de travail et plus spécifiquement dans le domaine de la santé. En effet, infirmière de profession, nous avons eu besoin de découvrir d'autres facettes de notre métier en retournant aux études pour compléter une maîtrise en communication de la santé. Consciente de nous engager dans un parcours marginal ce fût un des éléments qui nous stimulait. Notre décision de consacrer notre mémoire aux nouvelles technologies était motivée par le fait que le courant actuel qui se tourne vers les nouvelles technologies se fait sentir dans tous les secteurs professionnels et la santé n'y échappera pas. Pourvue d'une solide expérience de travail, nous avons travaillé dans divers milieux d'intervention au Québec et à l'étranger en cherchant un outil pour porter notre voix (voie ?) à un autre niveau d'intervention.

Maintenant, nous sommes curieuse de voir comment ces nouvelles technologies vont s'insérer dans le contexte actuel des soins de santé au Québec. À notre grand désarroi, nous constatons qu'à ce jour, dans la plupart des Centres locaux de services communautaires (CLSC) où nous avons travaillé, Internet ne peut être considéré comme un outil de travail car son accès est bloqué par les institutions. Alors que certains démontrent clairement les avantages d'introduire des outils de collaboration basés sur le Web comme les blogues et les Wikis dans un contexte de soins clinique (voir à ce sujet Boulos, Maramba et Wheeler, 2006, Adams, 2008) et que l'on reconnaît clairement la qualité de l'information santé qui est diffusée, les intervenants de la santé qui travaillent en CSSS n'y ont pas accès. De plus, il est tout à fait étonnant de réaliser que nous devons desservir une clientèle qui se trouve plus connectée que jamais³ mais que nous ne pouvons continuer à encadrer avec ce type de ressources lors de leur visite à nos bureaux. Le «virage technologique» devra être pris tôt ou tard et ce ne sera pas la première fois qu'un progrès majeur dans l'évolution aura eu un

³Selon les derniers résultats de l'enquête NETendance publié par le CEFRIO, plus de 79,1% des québécois de plus de 18 ans ont consulté Internet au moins une fois par semaine au cours du mois de novembre 2011. Cette proportion a augmenté de 4.1 % par rapport à l'année dernière et ce chiffre est en progression constante d'année en année.

démarrage difficile. Dans une perspective professionnelle, nous sommes intéressée à assister à cette transformation et contribuer à transcender les réticences en faisant valoir le bien-fondé de ces outils de communication dans notre domaine qu'est la santé.

Ce mémoire est organisé en quatre chapitres. Dans le premier chapitre qui présente la problématique, nous dressons un portrait de l'univers des blogues et des applications caractéristiques du «Web social». Celui-ci est l'occasion d'examiner différents types de blogues, de mettre en évidence leur spécificité par rapport à notre objet de recherche et de considérer d'autres initiatives en transfert et échange de connaissances en ligne, notamment la communauté épistémique. Nous concluons ce chapitre en présentant nos questions de recherche.

Dans un deuxième chapitre, nous précisons les bases conceptuelles de notre mémoire qui mobilise très largement la sociologie des usages. Ce chapitre est divisé en trois grandes thématiques : la place de l'utilisateur dans les études des usages, la réflexion menée sur le contexte d'usage et, enfin, la création des significations d'usages. Cette dernière section est l'occasion d'aborder les approches de l'appropriation des objets techniques, un concept qui est au cœur de notre recherche.

Au troisième chapitre, nous présentons notre approche méthodologique qui est qualitative. Nous avons opté pour des entrevues semi-dirigées comme technique de recueil de données réalisées selon trois modes : par téléphone, en face-à-face et sur Internet via l'application Skype.

Le quatrième chapitre présente les résultats significatifs nous permettant de répondre à notre problématique et, notamment, de proposer une typologie des usages et des modalités d'appropriation du blogue HINNOVIC.

Dans le cinquième et dernier chapitre, nous présentons une discussion des points saillants de notre recherche que nous mettons en perspective avec la littérature. En conclusion, nous soulignons les éléments importants du mémoire et formulons quelques recommandations pour l'équipe HINNOVIC.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

Ce chapitre présente les différentes composantes de la problématique ainsi que les éléments de la littérature sur lesquels elle repose. Nous explorons successivement l'univers des blogues et d'autres initiatives en transfert et échange de connaissances que l'on retrouve sur le Web. Ensuite, nous présentons l'objet de recherche soit, le blogue HINNOVIC et pour finir, les questions de recherche.

À l'heure où l'Internet est de plus en plus présent dans nos pratiques d'utilisation personnelles et professionnelles, la question de son intégration dans notre quotidien n'a jamais suscité autant d'engouement dans le milieu des communications. Que l'on fasse partie des cyberoptimistes ou des cyberpessimistes, force est de constater que l'Internet fait maintenant partie de nos vies. Internet constitue notamment la troisième source d'informations et de nouvelles des Québécois après la télévision et les journaux (CEFRIO⁴, 2008). Il est utilisé par 36% des Québécois pour rechercher de l'information relative à la santé (CEFRIO, 2008). Si les portails d'information sur la santé recueillent de nombreux visiteurs, nombre d'internautes recherchent aussi de l'information sur la santé sur les réseaux sociaux, étant surtout intéressés à trouver des témoignages personnels d'expérience de la maladie et des traitements (Underhill et Mc Keown, 2008).

Les différentes applications engendrées par Internet révèlent un univers fascinant, particulièrement depuis l'avènement du «Web social» qui permet une participation plus grande de l'utilisateur et des échanges accrus entre internautes. O'Reilly, à qui l'on doit la

⁴ Centre francophone d'informatisation des organisations.

paternité du terme «Web 2.0», redéfinit l'Internet non plus comme un média mais plutôt comme une plateforme d'échanges entre des utilisateurs et des services ou des applications en ligne (Bédard et Charest, 2009). Cette transformation est cruciale dans l'évolution des pratiques communicationnelles reliées au Web. Le développement du «Web social» permet en effet la mise en relation des internautes à l'échelle du globe, ceux-ci contribuant à la création de milliards de pages de contenus dont la lecture et le contact sont facilités par des dispositifs techniques performants et relativement accessibles (Millerand, Proulx et Rueff, 2010). Comme le soulignent ces auteurs, le terme «Web social» désigne à la fois, l'arrivée de nouveaux dispositifs numériques en lien avec le développement d'Internet (Web 2.0) ainsi que les nouveaux usages que permettent ces dispositifs. Nous nous intéressons dans la section suivante à l'une des premières applications du «Web social», les blogues.

1.1 Les blogues : Des applications caractéristiques du «Web social»

1.1.1 Le développement du «Web social»

L'avènement du «Web social» (Millerand, Proulx et Rueff, 2010) constitue un élément crucial dans le développement de l'Internet, notamment parce qu'il réduit la démarcation entre le producteur d'information et l'utilisateur/lecteur. Ce phénomène permet selon Adams (2008) à la société de mettre ses préoccupations à l'avant-scène et ce faisant, de mieux se comprendre. Nombreuses sont les applications du «Web social» qui invitent à la participation des usagers. Ces applications favorisent le développement de pratiques orientées vers et par l'utilisateur, désormais situé au centre de la production et de la diffusion des contenus (User Generated Content-UGC) (Millerand, Proulx et Rueff, 2010). Selon Boulos et Wheeler (2007), le Web 2.0 constitue ainsi un espace plus démocratique et favorise le développement d'une «intelligence collective», un concept qui voit dans les communautés d'humains, la capacité d'une coopération intellectuelle dans le but de créer, d'innover et d'inventer (Levy, 2009).

Le développement du Web 2.0 contribue aussi à l'enrichissement des interactions humaines du fait de l'interactivité des applications qu'il propose (Adams, 2008). Cette notion d'interactivité est cruciale pour la compréhension du phénomène des blogues, une des applications nées du Web 2.0, qui fait l'objet de notre recherche. Selon Klein (2007), l'interactivité est constitutive du blogue qui est voué à une courte existence sans l'intervention des lecteurs. En contrepartie, Boulos, Maramba et Wheeler (2006) soulignent que cette interactivité peut à l'occasion devenir un danger. Le caractère ouvert et collaboratif des blogues et d'autres applications telles les Wikis⁵ fait qu'ils sont facilement sujets au vandalisme, ce qui mène parfois à une baisse de la qualité de l'information qui circule sur le Web. Une certaine régulation s'exerce toutefois; les contenus erronés étant rapidement corrigés sur les sites à fort trafic (Akrich et Meadel, 2010).

Un autre changement qu'amène le Web 2.0 est que les contenus ne sont jamais permanents, ils se régénèrent constamment et peuvent être réutilisés. Boulos et Wheeler (2007) soulignent que ces nouvelles applications du Web 2.0, qui facilitent les interactions et la régénérescence des informations, sont des facteurs encourageant l'apprentissage. Le blogue constituerait ainsi un outil intéressant pour le transfert de connaissances (Chin-Lung et Chuan Chuan Lin, 2007) et c'est d'ailleurs sur la base d'une initiative universitaire en transfert et échange de connaissances qu'a été créé le blogue HINNOVIC. Les travaux récents sur le transfert de connaissances soulignent en effet, l'importance de la participation des usagers, y compris profanes, à qui l'on reconnaît une forme d'expertise (Adams, 2008). Cette nouvelle orientation vient en partie du fait que, pour certains chercheurs, il est essentiel d'interroger le public avant d'établir des normes scientifiques qui peuvent influencer les politiques (Lehoux et al., 2009). Dans le domaine de la santé, certains chercheurs soulignent aussi que la lecture des blogues des usagers présenterait un potentiel intéressant pour des intervenants qui développent des interventions en promotion de la santé, celles-ci pouvant les aider à mieux comprendre l'expérience des patients (Legros, 2009). Également, selon Akrich et Méadel (2009, p.1484), qui ont réalisé une étude systématique des contenus des listes de discussion entre patients sur Internet, «l'Internet est un lieu de débats et d'échanges entre patients avec d'intenses discussions permettant une appropriation collective de l'information médicale et la

⁵Sites Internet collaboratifs dont les contenus peuvent être édités par quiconque accède au site.

constitution d'une forme d'expertise.» Les discussions sur Internet entre patients, malgré leur apparent désordre et manque de crédibilité, sont considérées comme des activités relativement bien structurées par le fait qu'elles sont modelées par un effet «d'auto-organisation» et «d'apprentissage collectif». Ces fils de discussions permettent de recevoir une information juste grâce à la participation de certains usagers qui jouent un rôle-clé dans la circulation du savoir. Patients, chercheurs ou cliniciens, les usagers facilitent l'élaboration d'une expertise créée à partir de la mise en commun d'expériences personnelles auxquelles s'ajoutent des connaissances médicales reconnues. En somme, ce type de collaboration des internautes à la production d'informations sur la santé ouvre la voie à un renforcement des connaissances (Akrich et Méadel, 2009).

1.1.2 L'émergence et les caractéristiques des blogues

Rentrons maintenant plus en profondeur dans le phénomène des blogues. Apparus au milieu des années 1990, ils ont pris une expansion sans précédent à partir de 2004 (Legros, 2009). À leurs débuts, les blogues présentaient surtout des listes d'hyperliens d'intérêt sur un sujet précis. Leur contenu a rapidement évolué et mobilisé du texte mais aussi des contenus multimédias comme les photographies, vidéos et autres matériels disponibles sur le Web.

Plusieurs auteurs s'accordent pour définir le blogue comme un site Web géré par une ou plusieurs personnes, traitant d'un sujet particulier et offrant du contenu antéchronologique, sous forme de billets, datés et idéalement régulièrement publiés (Foon Hew et Wee Sing Sim, 2010; Adams, 2008; Klein, 2007; Boulos, Maramba et Wheeler, 2006). L'une des caractéristiques principales du blogue est sa capacité d'exploiter différents types de formats médiatiques, des plus traditionnels aux plus contemporains en les réunissant sur une simple interface (plusieurs blogues proposent par exemple, des liens vers des pages Facebook ou un compte Twitter). Le blogue propose donc une information créative pouvant être récupérée et transformée.

Les systèmes de gestion des contenus sur lesquels reposent les blogues favorisent par ailleurs une actualisation simple des contenus. Les nouveaux billets sont placés sur le haut de

la page, de façon à ce que le lecteur puisse facilement repérer le contenu le plus récent. L'éditeur du blogue est généralement identifié et souvent représenté par une photo, accompagnée de quelques informations personnelles. Les blogues fournissent de nombreux hyperliens qui permettent, entre autres, d'établir des connections avec d'autres blogueurs, contribuant à la création de communautés de blogueurs (Adams, 2008).

Enfin, les blogues offrent la possibilité d'interactions entre l'éditeur et les visiteurs qui peuvent laisser des commentaires permettant, lorsque les blogues émanent de spécialistes, un contact plus facile entre experts et profanes (Adams, 2008; Klein, 2007). La possibilité pour les visiteurs de laisser des commentaires visibles aux autres visiteurs vient ajouter une dimension collective et même, favoriser la constitution de groupes de discussion. Toutefois, les individus semblent peu nombreux à participer activement aux espaces d'échange que sont les blogues et les forums, se contentant pour la grande majorité de les lire, comme le souligne une étude américaine (Fox et Jones, 2009).

Selon Drouin et Lapointe (2007), la majorité des blogues existant sur Internet affiche trois caractéristiques communes : ces plateformes reflètent les opinions de leur auteur, elles s'inscrivent dans une culture d'hyperliens et l'éditeur y encourage la participation des visiteurs. Hering et al. (2004, cité dans Foon Hew et Wee Sing Sim, 2010) qui ont analysé plus de 200 blogues d'auteurs de mars à mai 2003, les classent en trois grandes catégories : 1) les blogues de type «filtre», dans lesquels l'auteur commente le contenu d'autres sites; 2) les journaux personnels qui constituent la majorité des blogues existants, et 3) les blogues utilisés comme plateforme de transfert de connaissances pour présenter des sujets particuliers et proposer des références. C'est cette dernière catégorie que nous allons examiner plus en détail dans la prochaine section. Nous mettrons l'accent sur trois types de blogues qui sont utilisés pour du transfert de connaissances.

1.1.3 Blogues scientifiques, blogues institutionnels et blogues santé : contours et limites

Les blogues scientifiques

On observe une multiplication des blogues scientifiques dans plusieurs domaines de recherche tels que les mathématiques, la physique et les sciences médicales. Ceci s'explique, entre autres, par l'intérêt croissant des scientifiques pour les systèmes de publication en libre accès (*Open Access*) qui permettent un accès électronique gratuit et immédiat aux publications scientifiques (Klein, 2007). Dans ce domaine, le blogue symbolise ce dont rêvent les promoteurs d'une science plus près du citoyen puisqu'il constitue un outil permettant aux scientifiques de s'adresser directement aux individus. Ceux-ci peuvent à la fois écouter ou lire ce que les scientifiques ont à dire, dans un langage qui se veut clair et compréhensible. Ils ont accès à des experts de plusieurs disciplines pour échanger sur un terrain commun (Drouin et Lapointe, 2007).

Une des opportunités du blogue scientifique est aussi pour les scientifiques d'engager un dialogue à grande échelle avec d'autres collègues et de dépasser les frontières disciplinaires (Drouin et Lapointe, 2007). Le blogue scientifique peut également être utilisé comme outil de publication, en complément à d'autres moyens de publication traditionnels. À titre d'exemple, Bora Ziivkovic faisait paraître en février 2005 un billet au sujet de l'horloge circadienne (son sujet de thèse) et présentait les détails de sa méthodologie de recherche. Ce billet a été repris comme publication scientifique dans un article publié dans la revue *Biological Procedure Online*⁶.

Les blogues institutionnels

La fonction principale du blogue institutionnel est de permettre aux corporations et aux institutions d'entrer en relation avec leurs interlocuteurs (clients, partenaires,

⁶ <http://www.enroweb.com/blogscience/index.php?2007/04/15/150-fairede-la-science-sur-son-blog>.

fournisseurs). Les entreprises l'utilisent notamment comme outil pour cerner les besoins des consommateurs et améliorer leur image (Dwyer, 2007). Le blogue institutionnel fait l'objet de trois représentations dominantes chez ceux qui l'utilisent. Il serait un outil de modernité, de communication «totale» et de communication transparente et authentique (Rouquette, 2009). Dans ce cadre, il est notamment utilisé pour construire une image plus humaine des entreprises, ce qui ajoute à la relation vendeur-client et renforce la relation de confiance à leur égard (Dwyer, 2007). La littérature sur les blogues institutionnels est d'ailleurs essentiellement axée sur le marketing relationnel, c'est-à-dire l'ensemble des approches marketing qui ciblent la relation entre une entreprise et ses interlocuteurs (Bonnemaizon, Cova et Louyot, 2007).

Les entreprises mobilisent le blogue pour créer des relations à long terme avec leurs clients (Cullinane, Singh et Veron-Jackson, 2008) et renforcer leur crédibilité en privilégiant un discours moins commercial (Klein, 2007). Plusieurs travaux ont ainsi porté sur les éléments favorisant la relation de confiance au sein d'un blogue (écriture au «je», présence de commentaires riches et diversifiés qui témoignent de la participation active d'autres usagers, nombre de liens pointant vers le blogue, etc (Dwyer, 2007).).

Les blogues santé

Les blogues santé se divisent en plusieurs catégories selon les acteurs à l'origine de leur création. On distingue ainsi les blogues des professionnels de la santé, ceux des institutions de santé ou des associations de patients, les blogues personnels développés par des personnes atteintes de maladie qui veulent témoigner sur leur expérience et échanger de l'information avec des pairs, et enfin, les blogues de journalistes intéressés par les sujets de santé (Legros, 2009). La littérature sur les blogues santé est très peu développée (Adams, 2008) et a surtout porté sur les blogues personnels. Bien que ce type de blogue ne soit pas directement l'objet de notre recherche, nous avons toutefois jugé intéressant d'en faire ressortir certains points, notamment pour mettre en évidence les limites des connaissances sur les blogues dans le domaine de la santé.

Adams (2008) s'est intéressée à cerner les applications du Web 2.0 dans le secteur de la santé, disponibles pour le public et à voir comment celles-ci sont utilisées. Elle propose d'introduire la notion d'une activité de «blogging» strictement orientée sur les questions de santé («health goal-oriented blogging»). Son étude analyse deux blogues santé, l'un portant sur la perte de poids et l'autre sur les maladies rares⁷. Dans ses conclusions, l'auteure souligne, le coté unique des applications telles le blogue qui permet de mélanger différents outils sur une simple plateforme, en plus d'ajouter la possibilité d'interagir avec d'autres usagers experts et profanes. Elle conclut en soulignant l'importance d'investiguer les circonstances dans lesquelles l'individu choisit ou non, d'utiliser ce type d'outil et de comprendre comment les blogues portant sur la santé s'articulent aux autres véhicules d'information que mobilise l'individu pour répondre aux questions concernant sa santé.

Legros (2009), qui s'intéresse aux blogues créés par les personnes atteintes de maladie, montre qu'ils constituent essentiellement des espaces d'expression de sympathie et de support émotionnel. Ainsi, le blogue jouerait un rôle généralement accordé aux membres de la famille, c'est-à-dire «une sorte d'accompagnement non médical de personnes en souffrance, renforçant et complétant le rôle des très proches et pouvant aller jusqu'à de véritables actions de soutien collectif, voire d'actions quasi militantes (Legros, 2009 p.50).»

La dernière étude (Keelan et al., 2009) a été effectuée en 2006, et concerne l'analyse des débats entourant la vaccination contre le virus du papillome humain, qui se déroulent sur des espaces blogues regroupés sur MySpace, le site de réseautage le plus populaire aux États-Unis. Une analyse de contenu des discussions sur trois cents trois blogues a été effectuée pour tenter de dégager un portrait global des discours entourant la vaccination contre le Virus du papillome humain (VPH). Les auteurs dressent un profil des usagers s'appuyant sur les caractéristiques des blogueurs et le type d'arguments qu'ils utilisent. L'intérêt de cette étude consiste à démontrer combien le blogue est un outil important pour diffuser différentes

⁷Le premier est tenu par une compagnie commerciale qui développe des logiciels et des contenus à propos des saines habitudes de vie, de la nutrition et de l'exercice. Sur le blogue, on retrouve un espace pour que les usagers échangent, on peut lire différents contenus et obtenir du support pour les participants qui veulent perdre du poids. Au sein du deuxième blogue, des patients échangent sur les traitements pharmacologiques indiqués dans les cas de maladies rares. Ce blogue a été mis en ligne par différentes organisations des Pays Bas, qui soulignaient la nécessité de proposer un espace d'échange pour ce type de patients.

opinions et influencer les débats publics. Keelan et al. suggèrent ainsi que les directions de santé publique et autres autorités sanitaires devraient se pencher sur ces outils pour prendre connaissance des différentes opinions afin de déterminer des actions conséquentes en termes de transmission de message notamment, et engager un dialogue avec le public. Ils soulignent toutefois que certaines zones d'inconnu subsistent et méritent d'être examinées en profondeur, notamment pour découvrir comment cet outil peut être utilisé pour potentialiser les interventions de santé des acteurs sur le terrain (Keelan et al., 2009).

À la lecture des écrits sur les blogues santé, plusieurs questions demeurent : Sont-ils des outils de communication efficaces pour les institutions ? Permettent-ils réellement aux usagers d'échanger et d'interagir avec les éditeurs ? Sont-ils des espaces propices pour développer la collaboration et le savoir collectif ? Et, enfin, comment sont-ils perçus par les usagers ? Ceux-ci les distinguent-ils des sites plus traditionnels ? C'est autour de ce type de questionnements que s'élabore notre problématique.

Pour compléter notre revue de littérature, nous présentons un autre type d'outil qui s'oriente vers le transfert de connaissances, mais qui n'est pas un blogue.

1.1.4 Autre initiative en transfert et échange de connaissances sur le Web : la communauté épistémique

Il existe sur le Web des outils qui ont pour but de créer une coopération cognitive et qui aident à favoriser le transfert de connaissances comme la communauté épistémique. Celle-ci se définit comme un groupe de personnes travaillant sur un sujet commun dont l'objectif est de construire des connaissances (Roth, 2008). Les interactions entre les usagers sont rendues possibles grâce aux dispositifs technologiques du Web 2.0 et constitueraient un gage de qualité selon Conein (2004) qui souligne que les coopérations cognitives et le transfert de connaissances sont favorisés par les technologies de coordination, les technologies d'observation des relations et de communication de l'information sociale et les technologies d'acquisition. Toujours selon Conein (2004), qui s'intéresse aux modalités de coopération propres aux communautés épistémiques, celles-ci doivent présenter des

régularités et associer qualité de la connaissance et solidarité entre les membres. La stabilisation d'un tel type de communauté reposerait sur ces deux dimensions.

Haythornthwaite (2009) qui s'est intéressée aux formes de liens entre les participants dans les communautés épistémiques, montre que la participation obéit à deux logiques. Elle peut s'inscrire dans une logique de communauté et témoigner d'une réelle adhésion à un projet, impliquant de ce fait un lien fort entre les participants. Elle peut aussi s'inscrire dans une logique de réseau, les individus circulant sur les espaces d'échanges en ligne sans nécessairement faire partie ou s'identifier à un groupe. L'engagement et le lien sont donc beaucoup plus faibles que dans la logique de communauté.

Les différences entre les outils de transfert de connaissance que constituent les communautés et d'autres applications comme le blogue sont parfois assez minces. Klein (2007, p.110) affirme qu'en «analysant la dynamique du blogue et les interactions avec la communauté d'individus qui gravitent autour (lecteurs, blogosphère), on met aussi en évidence son rôle de plateforme de construction de savoirs.» Certains blogueurs scientifiques considèrent d'ailleurs que la création d'une communauté d'intérêts est l'objectif central de leurs activités de «blogging». Les blogues peuvent donc être à l'origine de nouvelles communautés de savoir et il serait intéressant de mieux cerner les formes de lien qui s'y construisent.

Pour nous aider à circonscrire notre problématique nous reprenons les points essentiels de notre revue de littérature. Tout d'abord, il est établi qu'Internet est un lieu de débats et d'échanges. Les applications du Web 2.0 facilitent d'ailleurs les interactions et la régénérescence des informations, qui sont des facteurs qui encouragent l'apprentissage. Les caractéristiques du blogue les plus pertinentes dans le cadre de notre recherche sont le fait qu'il permet d'exploiter différents types de médias en les réunissant sur une simple interface favorisant aussi une actualisation simple des contenus. Ces caractéristiques favorisent également l'apprentissage et le transfert de connaissances. Pour les scientifiques, le blogue constitue d'ailleurs un moyen de diffuser le contenu de leurs recherches par d'autres moyens s'ajoutant aux plus traditionnels. Les institutions ont également recours au blogue pour entrer en relation avec leurs interlocuteurs et améliorer l'image de leur entreprise. Les blogues santé quant à eux sont de plusieurs ordres. Au départ, l'on retrouvait surtout des blogues personnels

pour l'accompagnement non médical de personnes en souffrance et l'expression de témoignage tiré du vécu. Toutefois, l'on voit naître de plus en plus d'autres catégories de blogues santé, de type institutionnel notamment. D'autres initiatives permettant le transfert et l'échange de connaissances existent également en santé. L'une d'entre elles, la communauté épistémique permet de conjuguer deux fonctions qui favorisent l'apprentissage grâce à l'accroissement des interactions et la distribution cognitive.

Quel rôle jouent ces plateformes dans le processus global de recherche d'information des usagers ? Ont-elles un impact sur le développement des pratiques professionnelles ?

Maintenant nous allons présenter plus en détails l'objet de notre recherche, le blogue HINNOVIC (<http://www.hinnovic.org/>).

1.2 Le blogue HINNOVIC

Dans cette section nous présentons le contexte de mise en ligne du blogue HINNOVIC, ses caractéristiques et le profil de ses utilisateurs.

1.2.1 Contexte de mise en ligne

Les innovations en santé exercent un impact considérable sur l'établissement des politiques ainsi que sur les attentes du public envers le système de santé. Cependant, elles font rarement l'objet d'une analyse critique dans les médias. Sachant que le système politique est hautement sensible à l'opinion publique et à la couverture journalistique des questions de santé, les promoteurs d'HINNOVIC jugeaient primordial de susciter un débat autour de ces questions. Ils trouvaient notamment nécessaire, pour favoriser l'implication du public dans les politiques, de proposer des initiatives en transfert de connaissances adaptées aux non-initiés et permettant l'expression de points de vue différents. C'est dans ce contexte qu'a été développé le blogue HINNOVIC qui vise à offrir une plateforme d'informations ciblant

plusieurs groupes influents de la population comme les gestionnaires, les décideurs ou les journalistes, par exemple, leur permettant d'interagir sur les questions d'innovation en santé. Les publics visés par le blogue sont les journalistes «santé» et «science», les associations de patients, les gestionnaires d'hôpitaux, les décideurs et les analystes politiques.

Des activités de transfert et d'échange de connaissances en face-à-face sont également organisées afin d'interagir avec les publics visés, elles contribuent à alimenter le blogue. Par exemple, un atelier de communication offert aux associations de patients, aux journalistes et aux chercheurs ayant pour thème «Comment communiquer les enjeux des innovations médicales au public ?» a eu lieu le 30 octobre 2008 à l'UDM et a été filmé et mis en ligne afin de permettre aux visiteurs du blogue de consulter ces échanges. Par ailleurs, parallèlement à la création du blogue, l'équipe d'HINNOVIC a mis en œuvre d'autres activités de transfert et d'échange de connaissances avec des non-experts, comme les «bars des sciences» qui constituent des événements où experts scientifiques et non-initiés discutent des implications de développements scientifiques et technologiques hors du cadre habituel (dans un café).

1.2.2 Caractéristiques du blogue à l'étude

Le blogue HINNOVIC est en ligne depuis le mois de janvier 2008, ses activités sont exclusivement financées à partir de fonds de recherche publics. L'instigatrice du projet, Pascale Lehoux (co-directrice de ce mémoire) détient la chaire de recherche du Canada sur les innovations en santé et est professeur à l'UDM au département d'administration de la santé. Elle est soutenue par une équipe de chercheurs, une rédactrice et un technicien multimédia. Ceux-ci participent activement à la mise en ligne du blogue assurant, notamment, la coordination et la rédaction de certains dossiers, l'enregistrement des entrevues ainsi que différentes tâches connexes qui contribuent au bon fonctionnement du blogue. Ce sont principalement des collaborateurs externes qui sont sollicités pour contribuer à ce blogue par le biais d'entrevues ou de textes.

Un des objectifs du blogue est de rendre accessible des résultats de recherche sur les innovations médicales et de les commenter. L'équipe vise à offrir une information rigoureuse et indépendante qui provoque la réflexion.

Les entrées du blogue sont organisées en «dossiers» et traitent de manière approfondie d'innovations technologiques et/ou sociales en santé, en faisant appel à des perspectives différentes (clinique, profane, éthique, scientifique, ...). Les innovations faisant l'objet d'un dossier sont choisies parce qu'elles sont controversées, suscitent des débats dans les revues scientifiques ou dans les médias, préoccupent le public ou encore peuvent avoir des impacts importants sur la santé publique. Les questions des politiques entourant ces innovations sont donc privilégiées car l'un des objectifs du blogue est de susciter des débats comme en témoignent ces exemples de sujets ayant déjà été abordés : le dépistage prénatal du syndrome de Down, les technologies médicales controversées, la vaccination contre le cancer du col de l'utérus, l'autisme, le financement public de la fécondation in vitro (FIV), etc.

Le blogue présente des contenus en français ou en anglais et publie autour de sept nouveaux dossiers par année, incluant chacun de six à huit contributions. Une section sur la page d'accueil est réservée aux brèves (entrées courtes à caractère éditorial) dont l'intérêt est de pouvoir diffuser rapidement des informations sur différents sujets qui ne feront pas nécessairement l'objet d'un dossier plus complet. En plus des entrées de type «texte», le blogue offre plusieurs contenus au format audio-visuel (entrevues filmées, entrevues audio, présentations Power Point avec voix hors champs, ...).

Les activités organisées par la chaire de recherche du Canada sur les innovations en santé (atelier de communication, bars des sciences, événement TED^x ⁸) sont filmées et diffusées sur le blogue en format vidéo.

⁸ TED signifie «Technology», «Entertainment» et «Design». C'est une initiative fondée en 1984 à la suite d'une conférence qui regroupait des experts de ces trois domaines. L'engouement a été tel qu'il a permis de créer un mouvement qui a pour mission de transmettre, à l'aide de différents supports, les «idées qui valent la peine» («Ideas Worth Spreading»). (<http://www.ted.com/pages/about>). Les événements TED^x sont des conférences organisées dans cet esprit et le X qui apparaît après le mot TED signifie que l'événement est organisé par une groupe indépendant.

Il est à noter que le blogue permet aux lecteurs de réagir aux différents contenus qu'il présente par la voie de commentaires, avec possibilité pour les contributeurs de répondre à ces commentaires s'ils le désirent. Afin de stimuler les échanges, l'équipe du blogue HINNOVIC sollicite régulièrement une réponse de la part des contributeurs notamment si ceux-ci ne sont pas membres de l'équipe. Toutefois, malgré ces efforts, les échanges restent encore limités, ce qui n'est guère étonnant puisque comme nous l'avons souligné, les individus qui participent activement sur les médias sociaux (à l'exception des sites de réseautage social) sont peu nombreux (Fox et Jones, 2009).

Finalement, les usagers du blogue peuvent souscrire à une info lettre qui leur permet d'être informés par courriel de la publication de nouveaux dossiers. Au moment de cette étude, environ 173 abonnés étaient inscrits à cette info lettre. Le blogue a également une page Facebook et un compte Twitter (voir en appendice A des captures d'écran du blogue HINNOVIC).

En terminant, nous souhaitons revenir sur les caractéristiques des trois blogues décrits auparavant afin de mettre en évidence les spécificités de notre objet. Le blogue HINNOVIC présente un point de convergence avec le blogue scientifique puisqu'il vise à publier des résultats de recherche hors des médias traditionnels sur les innovations médicales, offrant la possibilité aux usagers de les commenter et d'y réagir ainsi que des outils et des liens externes pour permettre d'approfondir la recherche personnelle.

Les similitudes avec le blogue institutionnel, se trouvent dans la volonté de nouer une autre forme de dialogue avec le public, sollicitant sa participation au débat. En effet, dans la mission du blogue, l'on retrouve des énoncés qui s'adressent directement aux usagers. Par exemple, «Vous offrir des pistes pour en savoir plus», «Vous permettre de commenter et de partager...». De plus, le caractère institutionnel du blogue HINNOVIC réside dans le fait qu'il est mis en ligne par une équipe de chercheurs d'une institution soit, l'Université de Montréal (UDM).

Abordant des contenus relatifs à la santé, le blogue HINNOVIC joue également une fonction d'information pour le public. En effet, l'analyse de trafic présentée dans la section suivante montre que les dossiers les plus fréquemment consultés sur le blogue HINNOVIC

sont sur des sujets qui rejoignent des préoccupations reliées directement aux soins de santé (bébés de petits poids, inhalothérapie à domicile, ...).

Nous considérons à ce stade, le blogue HINNOVIC comme un blogue institutionnel et scientifique qui propose des discussions autour de thématiques relatives aux innovations et à la santé et qui est animé par un groupe de chercheurs. Le blogue HINNOVIC est donc une forme hybride des trois blogues présentés précédemment.

Passons maintenant à une description plus fine des usagers du blogue HINNOVIC.

1.2.3 Profil des usagers du blogue HINNOVIC

Depuis la mise en ligne du blogue HINNOVIC en janvier 2008, différentes analyses ont été menées pour évaluer le trafic; l'une réalisée par un consultant en communication et l'autre, par le technicien multimédia de l'équipe. Le suivi des mentions d'HINNOVIC sur le Web a également été effectué par le technicien multimédia. Dans cette section, nous tenterons de présenter les usagers du blogue HINNOVIC en nous appuyant sur ces analyses.

L'analyse de trafic du blogue HINNOVIC ayant été effectuée par Miller en 2009 (rapport non publié, 2009), consultant de la firme de communication Nekouda Diagram met en évidence le bon référencement du blogue HINNOVIC qui apparaît rapidement dans les moteurs de recherche car les contenus sont riches en mots clés et souvent renouvelés. Le site attire 2700 visiteurs⁹ par mois en 2009 dont 66 % consultent le site pour la première fois. Une grande partie de ces visiteurs arrivent sur le site à la suite d'une recherche par mots-clés sur les moteurs de recherche comme (par exemple, «fécondation in vitro», «autisme» ou «cyberdépendance»). Pour la plupart, ces visiteurs démontrent peu d'intérêt pour le contenu global du blogue et 70% d'entre eux quittent la page par laquelle ils sont entrés sans naviguer

⁹Un visiteur se définit comme une personne qui visite un site Web une seule fois pour une période donnée (par jour, par mois, etc.). Il n'est comptabilisé qu'une seule fois et permet de connaître avec précision le taux de fréquentation d'un site Web. Il constitue la référence utilisée de nos jours dans la mesure d'audience (Office québécois de la langue française, 2010).

sur le site (taux de rebond élevé¹⁰). Ils restent en moyenne 2 minutes sur le blogue, consultant en moyenne 2 pages par visite. Une autre portion du trafic (16%) est générée par d'autres sites qui présentent des liens hypertextes pointant vers le blogue HINNOVIC. Ces visiteurs, contrairement aux premiers, restent plus de temps sur le blogue et consultent plus de pages. Une troisième catégorie de visiteurs arrive directement sur le blogue en tapant son «Uniform Resource Locator» (URL). Ils représentent 18% du trafic total et sont caractérisés par le taux de rebond le plus bas (60%). Ces données sont d'une grande utilité pour les développements d'HINNOVIC, surtout celles à propos du trafic qui permettent d'identifier le mode d'accès des visiteurs. Cette analyse donne une idée de la proportion des visiteurs qui consultent effectivement le blogue. Cependant, elles n'offrent que des informations très générales sur les visiteurs.

Le trafic sur le blogue HINNOVIC a également été évalué grâce à l'application *Google Analytics* qui donne une vue d'ensemble de la fréquentation du site, proposant des indicateurs comme le nombre de visiteurs par mois, le nombre de pages vues par visite, le taux de rebond ou encore le temps moyen d'une visite (voir Appendice B). Comme il a été mentionné dans l'analyse de trafic effectué par Miller (rapport non publié, 2009), la majorité des internautes arrive sur le blogue grâce à une recherche par mots-clés, les plus utilisés étant «HINNOVIC» et «Pascale Lehoux», montrant que la plupart des visiteurs s'intéressent spécifiquement à l'outil ou aux travaux de l'auteure principale. Les dossiers du blogue ayant attiré le plus de visiteurs pendant la période de septembre à décembre 2010, sont les bébés de petits poids et le financement de la fécondation in vitro (FIV). Ces données ne permettent pas, par contre, d'obtenir des informations sur les caractéristiques des visiteurs (occupation, genre, âge, etc). Elles mettent toutefois en évidence un trafic direct vers le blogue, qui se trouve dans les favoris d'une certaine quantité de visiteurs, validant ainsi l'existence d'utilisateurs réguliers.

Une recherche partielle a été effectuée par le technicien multimédia de l'équipe d'HINNOVIC pour recenser les sites Web qui font mention du blogue HINNOVIC durant

¹⁰Le taux de rebond est le pourcentage d'internautes ayant quitté le site sans avoir consulté plus d'une page. S'il est trop élevé, cela peut indiquer un problème potentiel concernant le contenu du site, sa mise en page, ou les mots-clés utilisés pour capter le trafic (Grégoire, 2010).

deux mois (juin-juillet 2008). Il ressort de cette analyse que les sites qui pointent vers le blogue ciblent des dossiers spécifiques (autisme, FIV, inégalités sociales en santé, ...). Ces données renseignent aussi sur les dossiers ayant suscité le plus d'intérêt et sur les types d'organisations (politique, social, académique, ...) qui renvoient vers le blogue. Par exemple, le site «Dans le ventre de maman» renvoie vers le dossier sur la FIV pour un complément d'informations; l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) a nommé HINNOVIC «site du mois» en juin 2009; le portail sur la recherche en santé des populations fait mention du dossier sur les inégalités sociales en santé et, enfin, le site melaniedeveault.com réfère au dossier sur l'autisme. On voit ainsi que le blogue semble toucher des publics différents aux intérêts très diversifiés.

Comme nous l'avons déjà souligné, le blogue propose une infolettre. La liste des abonnés de cette lettre donne des indications sur leur organisme d'appartenance (il faut savoir qu'une partie de l'adresse courriel permet parfois de retracer la provenance de l'internaute). Nous avons ainsi constaté que plus de la moitié des abonnés provient des milieux universitaires et des organismes gouvernementaux (ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Canada, Conseil québécois sur le tabac et la santé, ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec, etc.).

Par contre, ces données ne nous renseignent pas sur la façon dont les visiteurs du blogue utilisent cet objet, ni sur ce qu'ils font de l'information recueillie. Ce sera l'objet de cette recherche qui vise à cerner les pratiques d'usage du blogue HINNOVIC, notion qui sera approfondie plus en détails dans le prochain chapitre.

Dans la prochaine section, nous présentons les questions et les sous-questions qui circonscrivent notre terrain de réflexion.

1.3 Questions de recherche

Comme nous avons pu le constater, la littérature est riche concernant l'univers du Web 2.0 et de ses nouvelles applications. Toutefois, les blogues santé créés par des acteurs institutionnels, tout comme les usages des publics qu'ils visent, ont été peu documentés.

Ce sera l'objectif principal de notre recherche qui est de mieux comprendre comment les usagers qui fréquentent régulièrement le blogue HINNOVIC, qui diffuse de l'information sur les innovations en santé, utilisent l'outil et son contenu. Nous viserons plus particulièrement à cerner :

- 1) Comment se développe la pratique d'utilisation du blogue HINNOVIC (découverte, évolution de l'utilisation, ...) ?
- 2) Quels sont les usages du blogue HINNOVIC (fréquentation, types de navigation, contextes, éléments consultés, ...) ?
- 3) Comment les usagers réguliers perçoivent l'outil ?
- 4) Quelles sont les variations de ces usages et perceptions selon le profil des utilisateurs ?

1.4 Pertinence communicationnelle, scientifique et sociale de la recherche

L'objet de notre recherche est résolument communicationnel puisque nous nous intéressons aux usages d'un objet médiatique, le blogue HINNOVIC, mais aussi parce qu'à travers la recherche, nous allons mettre l'accent sur le rôle que jouent les interactions en ligne comme hors ligne, dans la construction de ces usages. Or, les interactions hors ligne sont assez peu considérées dans les études d'usages des blogues.

De plus, cette recherche constitue une avancée sur le plan des connaissances puisqu'elle sera l'occasion de mieux cerner les usages d'un blogue institutionnel et scientifique par différents publics, question qui a été peu explorée comme nous l'avons souligné. Elle permettra aussi de mieux comprendre, du point de vue des utilisateurs cibles, le rôle que peut jouer un blogue dans la diffusion d'informations relatives aux innovations en santé. Enfin, elle sera l'occasion de cerner les éléments participants à la construction de la valeur et de la crédibilité d'un tel outil pour les utilisateurs.

Enfin, la recherche pourra également être utile pour l'équipe HINNOVIC, d'une part parce qu'elle permettra de mieux comprendre les usages réels du blogue par les publics cibles et d'autre part, parce qu'elle sera l'occasion d'identifier des pistes pour améliorer l'outil.

CHAPITRE II

CADRE CONCEPTUEL

Les technologies les plus puissantes sont celles qui disparaissent. Elles se fondent dans le tissu de la vie de tous les jours jusqu'à ce qu'on ne puisse même plus les en distinguer.

-Mark Weiser

Nous présenterons ici les orientations et l'appareil conceptuel qui soutiendra notre recherche dont l'objet est de comprendre les pratiques d'utilisation du blogue HINNOVIC et plus spécifiquement, de saisir la perspective de l'utilisateur régulier sur cet objet technique. Ce chapitre s'appuie sur deux types de travaux, ceux sur les usages et ceux concernant l'appropriation.

Akrich (1990) qui s'est intéressée à la place qu'occupent les utilisateurs dans la sociologie des techniques, offre un bon point de départ à notre réflexion. Comme le souligne l'auteur, les nombreuses études de cas effectuées dans le cadre des recherches sur les usages des objets techniques ont plus largement porté sur la construction sociale des artefacts (MacKenzie et Wajcman 1985; Bijker, Hughes et Pinch 1987 cité dans Akrich 1990) que sur le processus d'adoption de ces dispositifs technologiques par les usagers. L'auteure propose

ainsi un changement de paradigme en mettant l'accent sur l'utilisateur qui est considéré comme étant actif dans la relation qu'il entretient avec l'outil technique (Breton et Proulx, 2006).

Voyons maintenant à travers l'étude des usages comment s'est construit cette nouvelle perspective.

2.1 Travaux sur les usages : Une place plus grande accordée à l'utilisateur et aux différents contextes d'usage

Cette plus grande place accordée à l'utilisateur dans l'étude des usages s'inscrit dans la continuité de ce qu'avaient posé les études sur la réception en s'intéressant aux publics et aux auditoires (Breton et Proulx, 2006). Un autre élément important à considérer dans l'approche des usages est le contexte dans lequel s'opère la pratique d'utilisation. Cet intérêt pour le contexte est apparu suite à la découverte, avec le courant des *Uses and Gratifications*, que les auditoires choisissaient des messages ou des supports plus que d'autres en fonction de variables psychologiques ou sociales. Ainsi, certains chercheurs ont voulu approfondir davantage les notions sociologiques en tentant une description fine des différents contextes dans lesquels s'opère la consommation individuelle des médias (Breton et Proulx, 2006). Cette section décrit les travaux reliés à chacun de ces deux thèmes essentiels pour la compréhension d'un phénomène relié aux usages soit, la place de l'utilisateur dans l'étude des usages et l'importance d'étudier le contexte pour comprendre les pratiques d'usage.

2.1.1 L'étude des usages

Selon Chambat (1994), l'étude des usages des objets techniques est née d'un croisement entre trois types de travaux : l'analyse de la communication médiatisée, l'histoire sociale des techniques ainsi que la sociologie des modes de vie. Les objets techniques peuvent donc être envisagés à la fois comme outils, comme signes sociaux ou comme dispositifs. Ces trois perspectives conduisent à des conceptions différentes d'un usage, soit

comme utilisation plus ou moins fonctionnelle et performante, comme expression d'un statut social ou comme assujettissement à des normes sociales, l'usage constituant ainsi un construit social (Breton et Proulx, 2006).

L'étude des usages vise à comprendre et observer ce que les gens font effectivement avec les objets et dispositifs techniques (Proulx, 2005). Les travaux de recherche ayant servi à la constitution de ce domaine peuvent être classés en cinq catégories (Proulx, 2005) : Les travaux (notamment ceux de Rogers, 1995) portant sur la diffusion sociale des innovations ; ceux s'intéressant à la genèse de l'innovation sociotechnique avec en particulier le modèle de la traduction de Callon (1986); les études sur la signification des usages, le noyau fondateur de la sociologie française des usages (Jouet, 2000); la microsociologie (ethnométhodologie, interactionnisme, pragmatique de l'action située et de la cognition distribuée : Conein, 2004) et la sociopolitique et sociologie critique des usagers (Vitalis, 1994). Nous allons plus spécifiquement nous intéresser ici aux études sur la signification des usages et à l'approche de l'appropriation, qui semblent les plus pertinentes pour appréhender notre objet d'étude.

Plusieurs définitions sont données à la notion d'usage. Le dictionnaire de sociologie (Breton et Proulx, 2006, p. 256) renvoie à deux sens principaux. Le premier coïncide avec «la pratique sociale que l'ancienneté ou la fréquence rend normale dans une culture donnée». Le deuxième renvoie plutôt «aux utilisations particulières qu'un individu ou un groupe peut faire d'un bien, d'un instrument, d'un objet» (Breton et Proulx, 2006 p.256). Cette deuxième définition est celle qui est utilisée dans les études d'usages des technologies de l'information et de la communication (TICs) (Proulx, 2005) qui s'intéressent aux différents modes d'interaction des individus avec les objets médiatiques (Proulx, 1998).

Comme nous voulons observer les usages et les pratiques d'utilisation d'un objet technique, il est intéressant de clarifier les notions de «pratique» et d'«usage» telle que le présentent Breton et Proulx (2006, p.257). Nous tenons à illustrer explicitement ces deux concepts pour délimiter les frontières propres à chacun car il serait aisé de les considérer comme similaires alors que l'un et l'autre ne renvoient pas aux mêmes schémas d'actions. En effet, la notion d'«usage» est «liée directement à une manière de faire singulière avec un objet ou un dispositif technique particulier» et la «pratique» est une «notion plus large qui englobe l'un ou l'autre des grands domaines des activités des individus en société comme le

travail, les loisirs, la consommation, la famille, etc.». On pourrait dire qu'une «pratique» donnée suppose l'«usage» d'un dispositif particulier qui ne sera peut-être pas le même d'un usager à un autre. Jouët (1993 cité dans Breton et Proulx, 2006 p.257) opère une distinction entre ce «couple conceptuel» au sein même de l'univers des technologies en proposant que la «pratique» d'une technologie réfère à l'ensemble des comportements, attitudes et représentations se rapportant directement à l'outil, alors que l'«usage» se limite au fait d'employer cette technique.

À propos des usages, Proulx (2005) identifie quatre conditions nécessaires à leur développement, le préalable essentiel étant d'avoir accès au dispositif :

- 1) Une maîtrise technique et cognitive de l'artefact
- 2) Une intégration significative de l'objet technique dans la pratique quotidienne de l'utilisateur
- 3) Un usage répété de cette technologie qui ouvre vers des possibilités de création (actions qui génèrent de la nouveauté dans la pratique sociale)
- 4) Un niveau plus proprement collectif, l'appropriation sociale suppose que les usagers soient adéquatement représentés dans l'établissement de politiques publiques et en même temps pris en compte dans les processus d'innovation (production industrielle et distribution commerciale) (Proulx, 2005, p.4)

Ces quatre conditions que présente Proulx (2005) sont intéressantes pour notre recherche car dans notre étude sur les usages du blogue HINNOVIC nous nous attacherons à cerner si ces quatre conditions sont effectivement remplies.

D'autres courants de recherches comme les études de réception et les *Cultural Studies* ont également contribué à la compréhension du phénomène des usages. Plusieurs générations de travaux de recherche sur la réception des médias ont contribué à produire un bagage de connaissances sociologiques considérables sur les audiences et les publics de radio et de télévision (Breton et Proulx, 2006). Nous aimerions en présenter trois qui ont retenu notre attention. En premier lieu, les études de réception qui s'intéressent aux stratégies

d'interprétation des formes et des contenus offerts aux auditeurs et aux téléspectateurs. Ensuite, les travaux sur les usages des médias qui ont permis de rendre compte du contexte quotidien de réception des médias par des méthodes de recherche comme l'ethnographie. Les travaux de de Certeau sur les pratiques culturelles des gens ordinaires et ce qu'il appelait «l'invention du quotidien» ont préfiguré cet intérêt pour l'ethnographie de la réception. À noter que ces chercheurs ont utilisé les approches de type ethnographique pour souligner l'importance de saisir dans le détail ce que les utilisateurs font des objets techniques. Finalement, les travaux d'orientation constructiviste et réflexive que l'on peut voir surtout depuis les années 1990 et qui permettent d'ouvrir vers des approches élargies, donnant la possibilité d'une mise en contexte des pratiques de réception dans le cadre plus global de la production et de la circulation d'une culture médiatique.

Les résultats de recherche sur les processus de réception des messages viennent mettre un terme au paradigme de la seringue hypodermique en réhabilitant progressivement l'utilisateur. Dans le paradigme de la seringue hypodermique, on suppose que les médias injectent des idées, des attitudes et des modèles de comportement à des usagers passifs et particulièrement vulnérables (Dayan, 1989). Les travaux de de Certeau, révèlent au contraire un usager actif, rusé et capable de construire ses propres usages.

De nombreux travaux s'inscrivant dans la perspective des *Cultural Studies* ont porté sur les usages d'Internet et ont joué un rôle important en démontrant que les gens avaient un pouvoir sur l'information, qu'ils la transformaient et la critiquaient (Breton et Proulx, 2006). Suite à cette constatation, les chercheurs se sont davantage penchés sur le contexte de réception, sur l'identité de l'utilisateur, sur les conditions d'usage et sur la dynamique relationnelle autour des outils techniques.

Passons maintenant aux travaux sur le contexte d'usage qui s'attachent à expliquer comment les usages s'inscrivent et se modèlent dans le quotidien.

2.1.2 Les travaux sur le contexte d'usage

Tel que nous venons de le découvrir avec les auteurs s'inscrivant dans le courant des *Cultural Studies* montrent que comprendre les usages nécessite de considérer l'individu dans son contexte, dans sa culture, en tenant compte de son ancrage social et de ses pratiques établies. De Certeau (1990) qui s'est intéressé aux pratiques reliées à la consommation de certains produits matériels dans la vie de tous les jours définit les pratiques du quotidien comme relevant «d'un vaste ensemble difficile à délimiter et qu'à titre provisoire, on peut désigner comme celui des procédures. Ce sont des schémas d'opérations et de manipulations techniques [...] Manières de repérer une technicité d'un type particulier, en même temps que d'en situer l'étude dans une géographie actuelle de la recherche (de Certeau, 1990, p. 71).». Il montre que les usagers lorsqu'ils s'approprient les objets de consommation, les transforment et en font un usage concret, en dehors de tout contrôle et au-delà des stratégies de marketing.

Les travaux de de Certeau ont été repris par les sociologues pour constituer les bases de ce que l'on nomme maintenant le courant de l'approche des usages et de l'appropriation des objets et dispositifs techniques (Breton et Proulx, 2006). Ce courant s'intéresse principalement aux modalités d'appropriation des objets techniques dans les contextes de vie quotidienne (Proulx, 2001). En posant un regard sur la production quotidienne, de Certeau cherchait à «saisir les mécanismes par lesquels les individus se créent de manière autonome en tant que sujets s'exprimant dans le processus même de la consommation et dans leurs pratiques de vie quotidienne. Cet auteur affirme donc qu'il y a une créativité des gens ordinaires qui s'expriment dans leurs pratiques de consommation et leurs usages des médias (Breton et Proulx, 2006, p. 240).»

L'environnement est un autre facteur qui peut jouer sur le contexte. Figeac (2009) dans une étude sur la télévision mobile personnelle, s'est précisément intéressé à l'effet des contraintes d'espace sur l'appropriation de cet outil. Il montre que les individus iront jusqu'à modifier leur parcours pour se rendre au travail dans les transports en commun afin d'être en mesure de capter leurs émissions sur leur télévision portable. Ils s'accordent ainsi à leurs obligations tout en exécutant une médiation technique qui joue un rôle «architecturant» en «polarisant» la direction de leur nouveau trajet (Figeac, 2009, p.103). Étudier

l'environnement permet aussi de mettre en relief le caractère collectif de l'expérience de réception (Dayan 2000 cité dans Breton et Proulx, 2006).

Un autre point à présenter pour montrer l'importance de s'attarder à l'environnement dans une recherche sur les pratiques d'utilisation d'un blogue, est la vision amenée par les approches sociocognitives. Celles-ci mettent en lumière la nécessité de prendre en compte l'environnement rapproché dans lequel se déroulent les pratiques pour en comprendre leur spécificité. Ces approches sont portées par l'idée que l'environnement dans lequel se déroulent les pratiques peut être considéré comme un prolongement des capacités cognitives des usagers qui le constituent. À cet égard, l'environnement comporterait des ressources cognitives comme la mémorisation, le calcul, la topographie et l'organisation de l'espace dans lesquels ils puiseraient pour effectuer leurs actions (Conein, Jacopin, 1993; Thévenot, 1993 cité dans Breton et Proulx, 2006).

Deux pistes sont intéressantes à retenir dans les approches sociocognitives pour l'étude des usages. La première est de considérer l'usage comme un processus mental qui ne se situe pas exclusivement à l'intérieur du cerveau et du corps de l'utilisateur. L'action qui découle du processus d'apprentissage est toujours située et répartie dans un contexte social et culturel plus étendu. L'utilisateur se représente alors les différentes fonctions de l'artefact et se crée des «cartes mentales» qui influenceront la gamme complète des usages possibles (Broadbent, Carles, 1999; Thatcher, Greyline, 1998 cité dans Breton et Proulx, 2006). Par la suite, ces «représentations mentales» vont surgir dans un contexte social plus large et c'est ainsi que se produira une inter-influence à partir de laquelle sera constituée un bagage propre à une société, à une époque donnée. Le croisement de ces différentes représentations agissent sur la matérialité des pratiques et amène que l'usage est investi symboliquement. Ceci fait écho à ce que prétend la théorie des représentations sociales qui atteste que les représentations sont des guides pour l'action (Breton et Proulx, 2006). Les représentations sociales d'un objet technique sont donc impliquées dans la construction d'un usage et le fait que les représentations se construisent fortement à partir de données personnelles nous amène à faire ressortir le caractère identitaire du processus d'appropriation d'un objet technique, une thématique sur laquelle nous aurons l'occasion de revenir dans une prochaine section. Diverses études ont d'ailleurs démontré le rôle crucial des représentations des objets

techniques dans la formation des pratiques qui leurs sont associées; certaines en particulier se sont attachées à montrer le poids de l'imaginaire technique et ont révélé la portée de la charge symbolique de ces nouveaux outils de communication (Millerand 1999).

Cet aperçu des travaux sur l'usage permet de saisir l'importance de l'usager et du contexte dans lequel il consomme les objets techniques. Nous abordons dans la section qui suit les travaux sur la création des significations d'usage. Nous présentons notamment les approches de l'appropriation d'un objet technique.

2.2 Travaux sur l'appropriation : La construction des significations d'usage

Les travaux sur l'appropriation qui s'appuient sur l'idée d'une construction sociale de l'usage, visent à cerner les significations que revêt l'objet technique pour l'usager (Millerand, 1999). Nous avons choisi de diviser ce chapitre en trois parties. La première présente les spécificités des différentes approches de l'appropriation et la deuxième introduit la perspective constructiviste. Nous terminons en examinant l'aspect identitaire et culturel de l'appropriation, un concept central dans le cadre de notre recherche sur les pratiques d'utilisation entourant le blogue HINNOVIC.

2.2.1 L'appropriation des contenus et des objets techniques

Cette approche renvoie à différents travaux tels que ceux portant sur les significations d'usage (voir par exemple, Gournay, 1992; Jouët, 1987; Mallein et Toussaint, 1994, Proulx, 1998). Ces recherches ont largement contribué à fonder en France le domaine de la sociologie des usages (Breton et Proulx, 2006). Michel de Certeau, dont nous avons déjà exposé certains travaux, est considéré comme l'un des «inspireurs théoriques» de ce champ d'étude (Breton et Proulx, 2006, p.270).

Pour comprendre l'appropriation d'un objet technique, il importe d'opérer une distinction entre l'appropriation des outils et l'appropriation des contenus (Millerand, 1998). Au niveau de l'appropriation des contenus, il existe deux types de travaux, ceux qui s'intéressent aux processus cognitifs à l'œuvre dans la réception des messages et ceux portant sur la construction du message par le récepteur. C'est ce deuxième aspect qui nous intéresse dans le cadre de notre recherche. Les travaux sur la construction du message par le récepteur abordent les facteurs pouvant influencer le parcours et l'intégration de l'information. Parmi ceux-ci, on retrouve l'observation du contexte d'exposition à l'information, l'état d'esprit dans lequel se trouve l'utilisateur, son appartenance culturelle, ses conditions de pratique, les dynamiques relationnelles entourant les outils technique, etc (Bédard et Charest, 2009). Les études sur l'appropriation de l'information renvoie aux travaux de de Certeau sur l'expérience du quotidien ainsi qu'aux études sur la réception et plus spécifiquement aux *Cultural studies*. Les études sur la réception des médias ont abordé cette question dans le contexte des médias de masse (Breton et Proulx, 2006).

Cerner l'appropriation d'un objet technique, c'est comprendre comment l'utilisateur compose avec l'outil et voir comment il s'y adapte (Millerand, 2002). En retour, ces adaptations contribuent à l'émergence de nouvelles pratiques sociales (Akrich, 1990) qui contribuent à définir notre société (Millerand, 2002).

Plusieurs études ont révélé l'existence d'écarts entre ce qui est proposé par les concepteurs des TICs et les utilisations de ces outils par les usagers (Millerand, 2002). Ces écarts entre usages prescrits et usages effectifs des TICs ne sont pas des erreurs de manipulation mais correspondent à des gestes volontaires des usagers qui se les approprient. Citons deux exemples importants comme le magnétoscope et le téléphone qui, au départ, n'avaient pas été inventés pour des usages sociaux, mais plutôt pour des usages professionnels (Millerand, 1998; Oudshoorn et Pinch, 2003). À noter que de Certeau fut le premier à mettre en évidence le rôle de l'utilisateur dans la construction de nouveaux usages non prévus des objets (Breton et Proulx, 2006).

L'écart dans les usages est particulièrement observé lorsque le point de vue des usagers n'est pas pris en compte par les promoteurs lors du développement des sites (Bédard et Charest, 2009). La figure de l'utilisateur a en effet, été longtemps négligée. Les usagers sont

loin d'être des récipiends passifs de technologies. Ils jouent un rôle essentiel dans le processus de développement de cette technologie qu'ils consomment (Oudshoorn et Pinch, 2003).

L'analyse des besoins cognitifs des usagers du Web révèle aussi leur désir de s'inscrire dans une activité qui crée de l'interactivité (Bédard et Charest, 2009). Celle-ci se définit comme le fait de pouvoir choisir les différentes composantes de son quotidien (Rouquette, 2009). Appliquée à la technique, on la définit comme «Un dialogue caractéristique de nouvelles générations d'outils capables d'échanger des informations symboliques avec leurs utilisateurs humains (Daniel, 2002 cité dans Rouquette 2009, p.210)». Elle se caractérise par un échange linguistique d'informations entre un être humain et une machine servant à traiter des données (Daniel, 2002 cité dans Rouquette, 2009). L'interactivité constitue un préalable à tout processus d'appropriation (Millerand, 1998) car elle donne la possibilité de participer au développement de cet environnement (Millerand, Proulx et Rueff, 2010). Le développement de cette interactivité qui accorde plus de contrôle à l'utilisateur, oblige à adopter une nouvelle posture concernant les relations aux outils de communication et particulièrement au Web 2.0 (Jouët, 1993 cité dans Millerand 2002). Stiegler (2009) défend l'idée selon laquelle le Web social s'apparenterait à un «milieu associé», c'est-à-dire à un milieu technologique formant «un espace de partage et d'échange» dans lequel les usagers participent activement au devenir même de cet environnement (Millerand, Proulx et Rueff, 2010, p.3). Internet se caractériserait donc de plus en plus par l'affirmation d'une «culture participative» (Jenkins, 2006 cité dans Millerand, Proulx et Rueff, 2010 p.2). Nous verrons d'ailleurs dans la prochaine section comment se construit cette culture autour des outils techniques provenant du Web.

2.2.2 La perspective constructiviste

D'entrée de jeu, il importe de souligner que l'approche de notre objet s'inscrit dans une perspective centrée sur la co-construction, à savoir que l'utilisation de l'objet technique est construite dans sa relation avec l'humain. L'une des caractéristiques principales de ce courant de pensée est de s'intéresser à la fois à ce que font les individus avec les technologies, mais aussi à ce que la technologie peut entraîner comme transformations dans leurs pratiques (Oudshoorn et Pinch, 2003). Cette co-construction de l'usage d'un objet technique est ce qui permet de donner du sens à la pratique (Millerand, 1999). Les courants issus du co-constructivisme trouvent aussi leur écho dans la sociologie des usages qui permet de rétablir un équilibre entre l'outil et l'utilisateur en montrant comment l'un et l'autre se co-définissent au travers de l'interaction entre l'humain et la machine (Akrich, 1990). La sociologie des usages va ainsi s'intéresser à la fois à ce que font les individus avec les technologies ainsi qu'aux transformations que la technologie peut entraîner dans leurs pratiques (Oudshoorn et Pinch, 2003). L'usage n'est donc jamais stabilisé totalement et se construit au fur et à mesure des interactions entre l'objet et le milieu dans lequel il est utilisé. Ces interactions vont venir renforcer une pratique, en dévaloriser une autre ou en faire émerger de nouvelles (Le Breton, 2004). Ce point de vue est intéressant car il nous permet d'ouvrir la voie à un autre concept d'intérêt qui permet de donner un angle supplémentaire à notre recherche. Celui de l'interactionnisme symbolique, un courant de pensée qui voit dans l'interaction un élément de plus pour construire du sens (Le Breton, 2004).

La perspective constructiviste amène également l'idée selon laquelle les objets techniques ont besoin des formes d'organisation sociale présentes dans nos sociétés pour exister et fonctionner. À ce propos, Maigret, (2003) avance qu'il existe trois façons de concevoir les rapports entre technique et société et nous avons jugé intéressant de les présenter car ils traduisent adéquatement les différentes postures dans lesquelles l'utilisateur peut se positionner face à l'outil technique. La première consiste à faire se chevaucher les deux niveaux l'un dans l'autre, donc à présenter le social comme un reflet de la technique, c'est-à-dire à confondre dispositifs instrumentaux et humanité. Dans ce contexte, le déterminisme technique se rapproche des courants cybernétiques les plus scientistes, les plus radicalement attachés à l'idée de l'assimilation du monde des hommes par celui des machines. La seconde

proposition est celle de l'idéalisme ou du spiritualisme qui implique un détachement total de l'esprit de la matière. Celle-ci fait paraître la technique comme une entité autonome et pernicieuse ou encore, simplement comme une force au service de l'homme. La troisième proposition ouvre la voie aux sciences sociales et reconnaît un degré d'indépendance, voire d'indifférence du monde à l'égard de la technique. C'est dans cette même dimension que se situent les travaux de Callon et Latour qui ont largement inspiré le courant issu du constructivisme (Maigret, 2003).

Cette construction des pratiques implique différents aspects sur lesquels les chercheurs se sont penchés. Nous avons choisi de rapporter ceux qui offrent le plus d'éléments d'intérêt pour notre recherche, à commencer par l'interaction dialogique entre l'utilisateur et le dispositif technique (Proulx, 2005). Ce niveau d'analyse est propre aux travaux en HCI (Human Computer Interaction). L'usage apparaît inscrit dans le design même de l'objet technique. De manière élargie, le dispositif technique participe à une réorganisation du tissu des relations, travaux propres à Akrich et Boullier (1990). Quatre types d'interventions peuvent être effectués par les utilisateurs directement sur les dispositifs pour en faire un usage plus conforme à ce qu'ils souhaitent : le déplacement, l'adaptation, l'extension et le détournement. Nous nous intéressons particulièrement à ces quatre types d'interventions car nous voulons observer en détail comment les usagers réguliers du blogue HINNOVIC se développent une pratique, c'est pourquoi nous tenons à les décrire chacun en détails en commençant par le déplacement. Ce type d'intervention consiste à élargir le champ d'action prévu d'un dispositif sans en changer les fonctionnalités de base de ce pourquoi il avait été créé. On n'introduit aucune modification majeure dans le dispositif. Prenons l'exemple du séchoir à cheveux utilisé pour sécher du vernis à ongle. Ensuite, nous avons l'adaptation qui permet d'introduire quelques modifications sur le dispositif afin de l'adapter aux caractéristiques des utilisateurs. Par exemple, dans les cas où une technologie est transférée d'un pays à un autre où le niveau de développement n'est pas le même. Ensuite, nous avons l'extension, un type d'intervention qui permet de bricoler le dispositif pour lui permettre d'ajouter des éléments à sa liste de fonctions. Par exemple, l'ajout de fonctionnalités à un logiciel *fermé* pour permettre à une organisation de mieux répondre à ses besoins. Finalement, le dernier type d'intervention est le détournement. Celui-ci consiste à entraîner des modifications majeures sur un dispositif pour lui permettre de développer de

nouvelles fonctions qui n'étaient pas prévues dans le design de départ. À cet effet, mentionnons comme exemple le système Minitel en France qui était destiné au départ à envoyer des courriels et qui s'est avéré par la suite à devenir un dispositif orienté pour émettre des messages «roses» ou le *steel drums*, un instrument de musique reconnu qui a été inventé par des musiciens caribéens dans les années 30 à partir de baril de pétrole coupés en deux (Bédard et Charest, 2009, p.57).

Les trois autres aspects sur lesquels se sont penchés les chercheurs (Proulx, 2005) ne concernent pas directement notre recherche. Toutefois, nous avons jugé intéressant de les présenter brièvement pour nous permettre de comprendre davantage l'étendue du sujet qui nous intéresse. Le premier est la coordination entre l'utilisateur et le concepteur du dispositif. Ce niveau d'analyse est proche de l'ergonomie cognitive et des pratiques de conception des interfaces car on soutient qu'une coordination est nécessaire entre les pratiques du concepteur et celle de l'utilisateur. Le deuxième est l'inscription de dimensions politique et morale dans le design de l'objet. On suggère que la conception et l'usage d'un objet technique sont porteurs de représentations et de valeurs politiques et morales (Stourdzé, 1987, Winner, 2002 cité dans Proulx 2005). De ce fait, l'artefact peut être porteur de valeur raciste ou de valeurs reliées à la rationalité technique, ce qui entraîne une valorisation de certains aspects de la communication au détriment d'autres. Les rapports sociaux sont contenus dans le design même de l'objet technique (travaux de Woolgar, 1991 et de Callon, 1986 cité dans Proulx 2005). Le troisième est l'ancrage social et historique des usages dans un ensemble de macrostructures qui en constituent les formes. Il est pertinent de retracer le fil historique ayant dirigé le développement d'usages spécifiques et de constater que les nouveaux usages s'inscrivent dans une histoire déjà constituée de pratiques sociales et de pratiques de communication (Mallein, Toussaint, 1994). Les travaux de sociologie critique des usages ont démontré que les TICs sont des catalyseurs de rapports de force et constituent un enjeu de pouvoir au moment de leur introduction dans un contexte social et organisationnel donné (Wedel, 1994 cité dans Proulx, 2005, p. 9).

Dans la prochaine section, nous présentons un autre concept intéressant relié à l'appropriation. Il s'agit de son aspect identitaire et culturel.

2.2.3 Aspect identitaire et culturel de l'appropriation

Pour plusieurs chercheurs dont Proulx et Laberge (Millerand, 1999) notamment, l'appropriation est un phénomène identitaire. Dans une étude sur les usages de la télévision, ces chercheurs (Proulx et Laberge, 1995) montrent que les significations d'usages de la télévision participent du processus de construction identitaire des publics. Ils montrent ainsi que les significations conférées à la télévision et à ses contenus, dans le contexte domestique favorisaient la constitution d'une identité familiale au quotidien. C'est à partir d'entrevues sur le mode du récit de vie et l'analyse des pratiques qu'ils ont pu révéler la construction d'une culture familiale. Celle-ci ayant été constituée autour de styles d'interactions particuliers, d'habitudes et de rituels d'organisation et de consommation, qui portent également les empreintes du contexte social dans lesquels elles s'inscrivent (Proulx et Laberge 1995, p.138 cité dans Millerand, 1999). Bien que portant sur un autre objet (la télévision), cette étude nous semble tout à fait pertinente dans la mesure où elle met en lumière le caractère identitaire du processus d'appropriation des TICs.

En effet, les pratiques reliées au Web sont à la fois culturelles et identitaires. Il y a forcément une dynamique sociale dans le processus d'appropriation car on soupçonne que les usagers n'envoient pas n'importe quoi à n'importe qui. Tout comme les vêtements sont l'expression de notre identité, l'information virtuelle que l'on partage a le potentiel de révéler des choses sur notre identité. Le type d'information que l'on consomme pourrait bien être le reflet de ce que nous sommes d'une certaine manière.

En terminant ce chapitre, nous souhaitons revenir sur les postulats et bases théoriques sur lesquels s'appuie notre recherche. Premièrement, la reconnaissance du pouvoir de l'utilisateur. Ce constat est primordial pour donner un angle à notre recherche. Nous avons ainsi découvert que les usages peuvent ouvrir vers des possibilités de détournement, de contournements et de réinvention. De plus, l'étude de l'appropriation des usages a pu mettre en lumière la problématique de l'écart, montrant que les besoins des usagers ne sont pas toujours pris en compte lors du développement d'un site. La découverte de ce constat met, encore une fois, en lumière le fait que l'utilisateur est loin d'être passif dans le choix de sa consommation virtuelle.

Également, l'interactivité est un élément important à considérer dans une étude sur les pratiques d'usage car elle donne du pouvoir à l'utilisateur en lui offrant la possibilité de participer au développement de cet environnement. Cette constatation nous oblige également à développer d'autres types de relations face aux outils de communication.

Nous avons aussi souligné l'importance de s'attarder aux contextes d'usage de l'objet technique qu'est le blogue, ainsi qu'aux interactions ponctuant ces utilisations, en ligne comme hors ligne, puisque comme le souligne la perspective interactionniste, celles-ci jouent un rôle très important dans la construction des usages et de leurs significations. Nous posons ainsi que l'usage d'un blogue est un construit social et résulte de l'interaction objet-individu. Les usages et les modalités d'appropriation d'un objet technique revêtent par ailleurs un caractère identitaire pour l'individu.

À la lumière des différents concepts, nous aimerions reformuler notre question de recherche qui sera de comprendre comment les usagers réguliers du blogue HINNOVIC utilisent et s'approprient l'outil et ses contenus. Nous viserons notamment à mettre en évidence les différentes modalités d'usages et d'appropriation du blogue HINNOVIC et les contextes dans lesquels ils se situent.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre présente notre méthodologie de recherche. Dans un premier temps, nous justifions le choix de notre approche, présentons les méthodes que nous avons employées, expliquons notre devis ainsi que le déroulement notre recherche. Dans un deuxième temps, nous décrivons les répondants.

3.1 Méthodes de recherche

3.1.1 Type de recherche et approche

Nous avons décidé d'utiliser une méthode qualitative parce que nous nous intéressons au sens que les usagers réguliers donnent à leur pratique d'utilisation du blogue HINNOVIC. Ce type de méthode nous permet l'approfondissement et la compréhension d'un phénomène pris dans son contexte (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Nous nous inscrivons dans une perspective constructiviste qui (Oudshoorn et Pinch, 2003) met l'accent sur les acteurs et sur le sens qu'ils construisent autour de l'objet technique.

Les études sur les usages et l'appropriation des objets techniques ont souvent privilégié les approches qualitatives et, notamment, les méthodes ethnographiques (observation participante, entrevues en profondeur, etc.) qui permettent de décrire les usages en contexte (Millerand, 1999). On trouve aussi plusieurs études qualitatives des usages mobilisant deux types de méthodes : l'analyse de contenu des échanges et des contenus

diffusés en ligne et les entrevues avec les usagers de ces espaces. À titre d'exemple, Millerand (2003) qui visait à mieux comprendre les processus d'appropriation du courrier électronique chez un groupe de professeurs chercheurs appartenant à seize disciplines différentes, des sciences humaines et sociales et des sciences de la nature, a procédé à des entrevues individuelles et à une analyse détaillée des contenus de boîtes personnelles de courrier électronique.

Dans le cadre de notre recherche, notre objectif était de parvenir à une description assez fine des usages que font les utilisateurs réguliers du blogue HINNOVIC et du sens que prennent ces utilisations dans leurs pratiques personnelles et professionnelles. Afin de cerner ces usages et ces modes d'appropriation du blogue HINNOVIC, nous avons essentiellement procédé à l'aide d'entrevues semi-dirigées. Nous avons également réalisé quelques moments d'observation et des entretiens informels avec des informateurs clés (l'équipe HINNOVIC), démarches qui seront précisées dans la section suivante.

3.1.2 Déroulement de la recherche

La présente recherche s'est déroulée en trois phases. La première a donné lieu à plusieurs moments d'observation et de navigation sur le blogue HINNOVIC par l'étudiante chercheure. Cette navigation s'est poursuivie tout le long de la recherche mais était plus intense en début de projet, soit de décembre 2009 à mars 2010. Cette navigation a permis à l'étudiante chercheure de faire un balayage complet du blogue pour prendre connaissance des différents contenus, des différentes formes de contenu (vidéo, présentation audio et power point, etc), de l'organisation de l'information et des différents types de contributeurs. Durant cette période, l'étudiante chercheure a également pris connaissance des différents documents d'information concernant le blogue comme la liste d'abonnés à l'infolettre, le rapport produit par un consultant en communication sur le blogue, la collection des mentions d'HINNOVIC sur d'autres sites Web faite par le technicien multimédia de l'équipe, le document envoyé aux contributeurs pour les inviter à écrire sur le blogue, le dossier de demande de subvention présenté aux IRSC (Instituts de recherche en santé du Canada), l'énumération de toutes les contributions parues sur le blogue et, enfin, le compte du blogue pour accéder aux abonnés de

l'infolettre, aux statistiques provenant de *Google Analytics* et à l'ensemble des commentaires en ordre chronologique. Il est à noter que l'étudiante a également participé à l'évènement TED^x Montréal Quartier Latin organisé par l'équipe en octobre 2010 à la cinémathèque québécoise.

La seconde phase a impliqué une prise de contacts avec l'équipe du blogue et ce, dans le but de mieux comprendre le travail qu'impliquait la gestion de la plateforme HINNOVIC et de cerner le rôle des membres de l'équipe. L'étudiante chercheuse a ainsi assisté à trois réunions de production durant la période de novembre 2009 à février 2010. Cette participation lui a permis de questionner les différents membres pour connaître leur parcours et cerner la logique derrière la constitution des dossiers publiés sur le blogue.

La troisième phase de la recherche, soit la réalisation d'entrevues semi-dirigés sera décrite de manière plus exhaustive dans les sections qui suivent puisqu'elle constitue le cœur de notre collecte de données.

3.1.3 Une recherche par entretiens semi-dirigés

Nous avons opté pour l'entretien semi-dirigé, une technique de recueil de données caractéristique des approches en sociologie (Rubin & Rubin, 1995, Kvale 1996). Kvale (1995) affirme même que si elle n'existait pas, l'expertise des sciences sociales n'aurait pu se développer de la sorte. Cette technique nous semblait tout indiquée puisqu'elle permet de cerner les opinions, les perceptions et les représentations que se font les personnes d'un phénomène (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007).

Poupart (1997) avance trois types d'arguments pour légitimer l'usage de l'entretien dans le cadre d'une recherche qualitative; le premier est d'ordre épistémologique, le deuxième est d'ordre éthique et politique et le dernier est d'ordre méthodologique. Tel que nous l'avons mentionné précédemment, la posture adoptée par le chercheur (premier argument énoncé par Poupart) pour mener les entrevues renvoie à la position épistémologique de la recherche, soit la perspective interprétative et constructiviste. Il importe de spécifier que le chercheur et les répondants s'inscrivent dans une dynamique de

co-construction, c'est-à-dire que chacun apprend de l'autre et rend possible l'élaboration d'un nouveau discours concernant le phénomène étudié. Cette réalité met en lumière l'un des postulats de base sur lequel repose cette technique de recueil de données qui est l'idée selon laquelle la perspective de l'autre a une signification. Le deuxième argument énoncé par Poupart (1997) pour utiliser l'entrevue semi-dirigée dans le cadre d'une recherche qualitative est d'ordre politique et éthique. L'objectif est de donner la parole aux usagers qui n'ont pas souvent l'occasion de s'exprimer. Enfin, le troisième argument qu'avance Poupart (date), est d'ordre méthodologique, l'auteur précisant que l'utilisateur est celui qui est le plus à même de décrire ses pratiques et le sens qu'il leur attribue. De plus, dans l'entrevue semi-dirigée, si certaines questions sont planifiées, la personne interrogée est libre d'aborder d'autres aspects du sujet dans l'ordre qui lui convient. Cela permet d'aborder les thèmes et les questions spécifiques identifiés à partir du cadre théorique et regroupés dans la grille d'entrevue, tout en restant ouvert aux propos inattendus pouvant être apportés par la personne (Mongeau, 2008).

Bien que donnant un accès direct à l'expérience de l'individu, l'entrevue semi-dirigée comprend certaines limites parce qu'elle se déroule dans un espace-temps spécifique alors que l'expérience du répondant outrepasserait considérablement le cadre de l'entrevue (Savoie-Zajc, 2003). Il est donc possible, notamment lorsque l'on vise à cerner les usages, que l'acteur n'évoque que ceux qui lui semblent importants, ou dont il a le souvenir parce qu'ils sont plus récents.

3.1.4 Le recours à différents types d'entretien semi-dirigés

Afin de rejoindre différents publics (les journalistes scientifiques et spécialisés sur les questions de santé, les associations de patients, les gestionnaires d'hôpitaux, les décideurs et les analystes politiques) qui pouvaient être localisés dans différents pays, nous avons décidé de leur offrir plusieurs modes de participation aux entretiens, soit par téléphone, en face-à-

face ou par Skype¹¹. Nous sommes consciente que d'utiliser différents types de cueillette peut produire des discours différents (plus ou moins développés, plus ou moins réflexifs) (Thoër, 2011) ce qui peut rendre la comparaison des données difficile. Toutefois, nous tenons à signaler que les trois modes d'entrevues que nous avons utilisés sont synchrones et s'apparentaient à la conversation informelle. De plus, les thèmes centraux de la grille d'entretien sont restés les mêmes, indépendamment du type d'entrevue.

Des trois modes d'entrevue que nous avons utilisés, l'entretien en face-à-face procure l'interaction la plus directe et la plus complète entre le chercheur et le participant (Rubin et Rubin, 2005; Stroh 2000; Kvale 1996 cité dans Kazmer et Xie, 2008). Toutefois, comme dans tous les cas, la conversation se déroulait en simultané, il nous a été possible de demander aux répondants de préciser leurs commentaires ou leurs réponses (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Réaliser des entrevues par Skype, qui se rapprochent des entrevues en face-à-face procurent des avantages évidents en termes méthodologiques, et, financiers (pas de déplacement), en facilitant l'accès aux répondants ce qui accroît leur participation (Sax, Gilmartin et Bryant, 2003).

Toutefois, si Skype donne la possibilité de créer plus de proximité que le téléphone grâce au contexte visuel à travers l'écran, il exige une maîtrise technique qui n'est pas sans causer des désagréments. Héas et Poutrain (2003) soulignent que l'utilisation d'Internet dans la collecte de données induit des interactions particulières, notamment par le fait qu'on assiste à une diminution des effets «d'inférences morphopsychologiques» plus courants dans les échanges directs au quotidien. L'échange par écrans interposés est susceptible de produire des erreurs de cadrage d'où peuvent surgir des malentendus et diverses erreurs d'interprétations de façon plus courante que dans les interactions directes traditionnelles (Draelants, 2001 pris dans Héas et Poutrain, 2003). Nous avons effectivement remarqué qu'il est assez difficile d'établir un contact visuel avec l'interlocuteur. Ceci était parfois lié à un problème technique de cadrage ou au caractère inhabituel de la situation.

Enfin, l'entrevue téléphonique, le troisième mode de collecte privilégié dans notre recherche, présente l'avantage d'être peu coûteuse en temps et en énergie. Toutefois, les

¹¹ L'outil Skype est un logiciel qui permet de téléphoner n'importe où dans le monde à travers Internet.

réponses sont généralement courtes, rapides et dirigées. De plus, on y introduit souvent des biais non désirés (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007).

3.1.5 Grille d'entrevue

Pour construire notre grille d'entrevue, nous avons privilégié les grands thèmes abordés dans les études sur l'appropriation et avons voulu amener les usagers à décrire leurs usages dans le détail, à décrire les moments où ils consultent l'outil, à décrire leurs interactions en ligne et à la suite de la consultation du blogue, etc.

Nous nous sommes aussi inspirée de la littérature sur l'évaluation des ressources Web qui met en évidence certains paramètres de mesure à prendre en compte lorsqu'on évalue un outil technique. Bien que nous n'étions pas en mode d'évaluation pour cette recherche, nous y avons puisé une inspiration pour les questions concernant l'appréciation de l'outil et l'expérience de navigation, notamment les éléments ergonomiques qui nous ont paru importants.

Deux modèles nous semblent particulièrement intéressants : celui de Kim et Lee (2002) et celui de Nantel (2005). Nous jugeons intéressant de les présenter brièvement simplement pour démontrer comment peuvent se mettre en application deux des concepts théoriques chers à notre recherche, soit la place importante de l'utilisateur et l'interactivité. Dans ces deux modèles, l'un place l'utilisateur au cœur de l'évaluation et l'autre mesure de façon concrète l'interactivité, un concept central pour la compréhension du processus d'appropriation.

Commençons par expliquer le modèle de Nantel (2005) qui repose sur la prémisse qu'un site Web est aidant dans la mesure où les usagers perçoivent une valeur ajoutée à son utilisation. Ce modèle d'évaluation accorde ainsi une attention particulière à la perception de l'utilisateur. Il permet également de mesurer «l'efficacité fonctionnelle d'un site Web». Selon Nantel, un site n'est efficace que dans la mesure où il permet aux usagers d'accomplir la tâche qu'ils se proposent de réaliser et que son développement prend en compte la perception de l'utilisateur. Son modèle d'évaluation a été testé auprès de huit cent internautes pour trente

cinq sites évalués. La force de cette approche est d'accorder une place centrale à l'utilisateur dans le processus d'évaluation en plus de permettre d'identifier clairement les blocages qui peuvent nuire au succès d'un site. Ultimement, l'ensemble du processus servira à expliquer le phénomène d'écart en comparant la logique d'usage des utilisateurs du site avec celle des producteurs (Bédard et Charest, 2007).

Le modèle d'analyse des interfaces développé par Kim et Lee (2002) consiste à évaluer l'architecture ou le design des sites Web selon deux aspects : le contenu et le processus de recherche. Ces aspects se déclinent en quatre dimensions : le contenu, la structure, l'interactivité et la présentation globale du site. Tel que nous l'avons mentionné précédemment, l'interactivité constitue un concept prioritaire dans les recherches sur l'appropriation car elle permet de mieux comprendre le phénomène des écarts dans les usages (Millerand, 1998). Évaluer l'interactivité d'un site nécessite de voir si les outils de navigation permettent effectivement aux usagers d'interagir efficacement avec l'outil technique (Bédard et Charest, 2009).

Notre grille comportait quatre thèmes principaux soit : l'appropriation et l'utilisation de l'outil, l'appropriation et l'utilisation de l'information, les attentes et les suggestions et, pour finir, l'utilisation d'Internet en général (Voir appendice C pour la grille d'entrevue complète.). Deux pré-tests ont été effectués avant de débiter le terrain et ont été conservés et pris en compte dans l'analyse finale. À noter que la grille d'entrevue a évolué en cours de terrain pour faciliter l'enchaînement des thèmes et mieux orienter les sujets d'intérêt.

3.1.6 Stratégie d'échantillonnage

La qualité première d'un échantillon est de permettre de répondre à la problématique de recherche. Pour qu'une démarche d'échantillonnage soit scientifiquement valide, elle se doit en effet d'être en cohérence avec les plans épistémologique, théorique et technique présenté dans l'appareillage qui soutient la recherche (Savoie-Zajc, 2007). Nos objectifs de recherche sont de cerner les différentes utilisations du blogue HINNOVIC et de comprendre comment s'effectue l'appropriation d'un blogue santé de type institutionnel. Ultimement, le

but est de dégager des recommandations à l'équipe du blogue dans un esprit de développement pour le futur. Pour répondre à ces objectifs, nous souhaitons pouvoir nous entretenir avec des usagers réguliers du blogue HINNOVIC. Ceux-ci sont en effet plus susceptibles d'avoir développé des usages plus cristallisés et d'être en mesure de nous parler de ces usages comparativement aux visiteurs ponctuels. La durée de la fréquentation constitue un élément clé pouvant nous mener vers l'appropriation. De ce fait, nous l'avons retenue comme variable principale dans la sélection des répondants.

Nous souhaitons aussi diversifier notre échantillon afin d'inclure des usagers figurant parmi les différents publics ciblés par le blogue (journalistes, associations de patients, décideurs et gestionnaires du réseau de la santé). Toutefois, comme nous l'avons déjà mentionné, la majorité des visiteurs qui consultent le blogue HINNOVIC le fréquentent sur une base ponctuelle et ne restent en moyenne que quelques minutes (Miller, 2009, rapport non publié). Les usagers réguliers ne semblent donc pas si nombreux et nous avons éprouvé des difficultés à rejoindre tous les publics cibles. C'est pourquoi, nous avons décidé de capitaliser sur le fait que notre échantillon, bien que moins diversifié que nous ne l'aurions souhaité, était au moins composé d'usagers actuels connaissant bien le blogue. Comme le mentionne Savoie-Zajc (2007, p. 109), «le choix d'un échantillon pose le défi de trouver un juste équilibre entre les intérêts du chercheur à vouloir poursuivre ses bénéfices personnels et professionnels pour sa recherche et les contraintes de la réalité.» À la lumière de ce qui a émergé du terrain, nous avons donc décidé de nous concentrer sur les publics rejoints. Notre échantillon se compose de quinze répondants dont les caractéristiques seront présentées dans la dernière partie de ce chapitre.

3.1.7 Stratégie de recrutement des participants pour l'entrevue

Nous avons mobilisé plusieurs stratégies de recrutement. La première et la plus efficace a été le recrutement direct, c'est-à-dire, en contactant les usagers inscrits à l'infolettre du blogue par un courriel personnel qui présentait la recherche (voir l'appendice D). Sur les cent vingt cinq personnes inscrites au moment de notre recherche, une trentaine d'entre eux ont répondu sur une période d'un mois. Pour la plupart, ces personnes ont répondu dans les

quelques heures qui ont suivi le message permettant la planification de six entrevues la journée même de l'envoi, dont cinq ont été réalisées la semaine suivante.¹² Au total, le message aux abonnés nous a permis de faire des entrevues avec huit participants.

L'autre technique fut le recrutement indirect, soit de faire paraître sur le blogue une invitation à participer à la recherche (voir l'appendice E). L'annonce est restée en ligne durant trois mois. Pour augmenter la crédibilité et inciter les gens à participer à la recherche, la chercheure principale associée au blogue et également co-directrice de la présente recherche, a ajouté un mot à cette annonce. Toutefois, cette stratégie n'a pas permis de recruter de participants. Simultanément, des invitations personnelles ont été réalisées par téléphone ou envoi de courriels à des membres d'associations de patients ou des journalistes ayant contribué au blogue selon une liste pré-établie. Nous visions ainsi à diversifier notre échantillon et à rejoindre les publics-cibles du blogue (les journalistes «santé» et «science», les associations de patients, les gestionnaires d'hôpitaux, les décideurs et les analystes politiques). La plupart nous répondaient toutefois qu'ils n'utilisaient pas ou plus l'outil par manque de temps. Cette stratégie nous a tout de même permis de recruter deux répondantes, une ayant participé à une entrevue en face-à-face, et l'autre ayant accepté d'échanger au téléphone, afin de partager avec nous quelques réflexions et recommandations en tant qu'ancienne contributrice au blogue.

Les six autres répondants ont été recrutés grâce à la stratégie «boule de neige»¹³ A la fin des entrevues nous demandions aux participants s'ils connaissaient quelqu'un visitant régulièrement le blogue HINNOVIC.

Les trois stratégies de recrutement ayant porté fruit sont donc : le recrutement direct des abonnés de l'infolettre par l'envoi d'un courriel personnel présentant la recherche (huit répondants), le contact d'un usager contributeur (un répondant) et, enfin, le contact d'utilisateurs

¹²Malheureusement, malgré plusieurs tentatives et efforts, l'une d'entre elles n'a pu avoir lieu. Cette candidate était membre d'une Association de santé.

¹³La technique «boule de neige» consiste à demander à un répondant de nous indiquer s'il connaît d'autres personnes susceptibles de pouvoir répondre à la recherche. Ainsi, chaque répondant a le potentiel de nous orienter vers de nouveaux membres de notre échantillon (Mongeau, 2008 p.92).

suggérés par des participants (boule de neige) (six répondants), pour un total de 15 participants.

3.1.8 Déroulement du terrain

Notre terrain s'est déroulé de janvier à mai 2010. Il a été précédé par deux pré-tests de la grille d'entretien. Près de la moitié de nos entretiens se sont faits par Skype (N=7), six autres ont eu lieu en face-à-face et deux se sont déroulés par téléphone. Généralement, avant l'entrevue, un contact préliminaire était établi avec le répondant pour échanger sur la recherche, sur les thèmes d'entrevue et pour présenter le consentement. Toutes les entrevues ont été enregistrées avec l'accord des répondants. Elles ont duré entre 45 minutes et une heure et demie. Lorsqu'elles étaient réalisées par téléphone ou par Skype, le participant était généralement à son lieu de travail ou à son domicile. Les entrevues réalisées en face-à-face ont eu lieu la plupart du temps dans les locaux professionnels des répondants où nous allions les rencontrer.

L'entrevue débutait toujours par une période d'ouverture où s'effectuait un retour sur le consentement, les objectifs et le contexte de la recherche. À ce moment, un rappel du caractère confidentiel des propos recueillis était fait et la permission d'enregistrer l'entretien était demandée. Ensuite, quelques questions «brise-glace» sur l'emploi et le cheminement scolaire leur étaient posées pour démarrer progressivement l'entrevue. L'enchaînement des thématiques s'est pratiquement toujours fait de la même manière. Les thèmes ont été couverts à peu près tous dans le même ordre soit, appropriation et utilisation de l'outil en premier, appropriation et utilisation de l'information en deuxième et pour finir, attentes et suggestion. Par contre, quelques ajustements ont été effectués en cours de terrain pour faciliter la fluidité de la progression des thématiques. Nous terminions par des questions sur l'utilisation d'Internet en général et par trois questions sociodémographiques (groupe d'âge, tranche de revenu et niveau de scolarité).

Pour clôturer l'entrevue, nous demandions aux participants s'ils avaient des choses à ajouter et sondions leur intérêt à obtenir les résultats de la recherche. Nous leur mentionnions

également qu'il était possible que nous ayons à communiquer avec eux de nouveau dans les cas où nous aurions besoin d'apporter certaines précisions. Nous revenions sur l'envoi du consentement (si nécessaire) et finissions en les remerciant chaleureusement d'avoir participé à notre recherche. Les entrevues ont été retranscrites dans leur intégralité par l'étudiante chercheuse afin de mieux préparer l'analyse (Kvale, 1996).

3.1.9 Stratégies de mise en œuvre pour l'analyse des données

Dans cette section, nous présentons les paramètres de l'analyse des données recueillies, une étape nécessaire pour mettre les résultats obtenus en perspective afin de dégager des constats de recherche (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Les verbatim ont fait l'objet d'une analyse s'inspirant des procédures de la théorisation ancrée de Glaser et Strauss (2010) et repris par Paillé et Laperrière (Paillé, 1994) qui se distingue de l'analyse de contenu traditionnelle (Bardin, 1986) par le fait que le chercheur se situe dans un processus de questionnement et analyse le corpus afin de mieux cerner, comprendre, expliciter le phénomène à l'étude (Paillé, 1994). Toutefois, à la différence de ce que préconise Paillé (1994), nous n'avons pas procédé à l'analyse des verbatim au fur et à mesure de la collecte.

L'étape préliminaire de l'analyse nous a permis, grâce à une lecture flottante des verbatim, de préciser et de mieux définir les grandes catégories (Bonneville, Grosjean et Lagacé, 2007). Les catégories de base issues de notre analyse étaient : la découverte du blogue, l'intérêt pour l'outil qui s'est développé et maintenu, la fréquentation, le contexte d'usage, le contexte de pratique, l'environnement de pratique, les besoins professionnels exprimés, le choix de l'information et des modes de navigation, les différents types d'usages, les différents modes d'appropriation, l'appropriation du contenu, l'appréciation, les attentes, les suggestions, la perception de l'outil. Le cahier de codification présenté en appendice F. À noter que la grille d'entretien n'avait pas été conçue de façon à faire ressortir comment l'intérêt pour le blogue s'était développé. Cet élément est apparu suite à l'analyse préliminaire des verbatim et nous avons décidé de l'intégrer comme une étape importante dans le processus d'appropriation. Aussi, pour l'élaboration de la grille d'entrevues, nous avons fait une distinction importante entre l'appropriation de l'outil et l'appropriation de

l'information dans la présentation des questions. Par contre, à l'étape de l'analyse, cette distinction s'est avérée peu éclairante dans l'observation des pratiques d'utilisation du blogue HINNOVIC comme nous pourrions le voir dans la présentation des résultats. Pour l'analyse de nos résultats, nous avons plutôt choisi un angle d'approche qui englobe le processus d'appropriation dans son ensemble plutôt que d'en faire une distinction entre le contenu et l'outil.

3.2 Description des répondants

3.2.1 Description de l'échantillon

Notre échantillon est composé d'une majorité de femmes (N=10). La moitié des répondants ont entre 40 et 49 ans. Ils sont largement scolarisés, le plus bas niveau d'étude étant le baccalauréat (N=4), huit personnes détenant une maîtrise, une un doctorat et une autre un post-doctorat. Deux des répondants sont candidats au doctorat. Les revenus annuels varient de 20 000 à 100 000 dollars et plus, la plupart se situant entre 50 et 59 000 dollars par année. Tous les candidats interviewés résidaient au Canada sauf un en France. Le pays d'origine des répondants est le Canada pour 8 personnes et la France pour les 7 autres. Huit de nos répondants animent un blogue (personnel ou professionnel) ou un portail.

3.2.2 Les trois catégories de répondants

Selon leur occupation professionnelle, nous avons choisi de diviser nos répondants en trois catégories. À noter que certains candidats figurent dans plusieurs catégories :

- 1) Les professionnels et gestionnaires travaillant dans le réseau de la santé :
Candidat au doctorat en santé publique ; Attaché de recherche dans un centre hospitalier; Infirmière-conseillère; Directeur de centre jeunesse; Conseiller au ministère de la Santé et des Services sociaux; Coordonateur de comité à l'Agence

de la santé et des services sociaux; Directeur du développement d'un centre de référence et de soins à domicile.

- 2) Les professionnels intéressés par les TICs et actifs en transfert de connaissances(TC) : Agent de recherche et de mobilisation des connaissances; Conseiller en médiatisation pour le développement et la valorisation; Conseiller en transfert et mise à profit des connaissances; Blogueur.
- 3) Les communicateurs et journalistes : Conseiller en communication; Rédacteur; Journaliste.

Sur la prochaine page se trouve un tableau présentant la répartition des répondants selon la catégorie professionnelle. Nous avons construit ces catégories dans le but de voir s'il existe un lien entre la catégorie professionnelle et les usages, les modes d'appropriation et les besoins exprimés à l'égard du blogue.

Tableau 3.1

Répartition des répondants selon la catégorie professionnelle

Gaétane S.	Les communicateurs et journalistes
Patricia F.	Les communicateurs et journalistes
Béatrice V.	Les communicateurs et journalistes
Liette I.	Les communicateurs et journalistes
Maryse I.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Robert J.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Doris A.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Louise C.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Fred D.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Sylvie M.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Mikaël P.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Michel F.	Les professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé
Demetra E.	Les professionnels intéressés par les TIC et actifs en TC
Simon L.	Les professionnels intéressés par les TIC et actifs en TC
Henriette A	Les professionnels intéressés par les TICs et actifs en TC

3.2.3 Habitudes en matière d'utilisation d'Internet

Dans cette section, nous dressons un portrait global de l'utilisation générale que font nos répondants d'Internet. Celle-ci a été établie à partir de questions fermées posées en fin d'entrevue.

La majorité des répondants utilise Internet plus de trois heures par jour dans le cadre professionnel et moins de deux heures par jour lorsqu'ils sont à la maison. Tous ont un accès au travail et à la maison et un tiers peuvent aussi se connecter via un téléphone intelligent ou

un Ipod¹⁴. Tous les répondants ont dit ne pas avoir développé de routine de navigation sur le Web par contre, dans les pratiques rapportées, ils décrivent des usages routiniers. De plus, ils mentionnent qu'ils se connectent sur Internet à tout moment dans la journée (jour, soir, nuit).

À propos des types de sites qu'ils consultent dans un cadre professionnel, peu d'entre eux consultent l'actualité. Ils iront plutôt vers les moteurs de recherche et les bases de données comme PubMed ou Google notamment, ou les sites ou blogues en lien avec le travail comme le portail du ministère de la Santé et des Services sociaux, le site de l'OMS, Passeport santé, des sites de traduction, des lexiques et des glossaires, Wikipédia, etc.

En revanche, pour les sites consultés à titre personnel, on découvre plus de diversité. La moitié des participants recherchent des informations relatives à l'actualité et plusieurs vont sur les sites de divertissement (jeux vidéos, écoute de film et de musique, ...). Quelques-uns (N=3) utilisent Flickr pour le partage de photos et Skype pour rejoindre des gens éloignés. Tout comme pour l'utilisation dans un cadre professionnel, lorsque nos répondants utilisent Internet sur une base personnelle, tous les répondants ont nommé les moteurs de recherche et la messagerie. La moitié seulement de nos répondants se dit active sur les blogues (sur une base personnelle) et deux seulement y écrivent des commentaires. Encore une fois sur la base d'une utilisation personnelle, deux répondants fréquentent des forums et cinq sont sur Twitter. Pour les usages personnels, on consulte Internet principalement pour les mêmes raisons que pour les usages professionnels c'est-à-dire, rechercher de l'information, consulter sa messagerie, etc. Cependant, plus de personnes vont faire usage des réseaux sociaux et de l'aspect réseautage d'Internet. Aussi, le divertissement (regarder des films, faire des jeux en ligne,...), la logistique (horaire de train, réservation, etc.) et l'utilisation des services (météo, paiement de factures, ...) font partie des usages fréquents chez nos répondants.

¹⁴ Un ipod est un baladeur numérique commercialisé par la compagnie Apple. Grâce à cet appareil, on peut écouter de la musique, prendre des photos et se connecter sur Internet.

3.3 Considérations éthiques

Bien que la présente recherche soit financée par le biais d'une bourse d'étude (provenant des fonds IRSC) versée par la chercheure responsable du blogue HINNOVIC qui agit à titre de co-directrice de ce projet, nous avons bénéficié d'une liberté quant aux choix de l'angle d'approche et de la définition du sujet. La décision de travailler sur les usages et l'appropriation de l'objet d'étude provient entièrement de l'étudiante chercheure, l'opérationnalisation de la recherche et son déroulement ont toutefois été encadrés par les deux co-directrices.

Ce projet a fait l'objet d'une demande d'approbation éthique qui a été accordée le 23 août 2010, par le Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université du Québec à Montréal. Dans ce cadre, un formulaire de consentement et d'information a été établi et soumis au comité par la même occasion (appendice G). Nous insistons à ce titre sur le fait que cette recherche n'a comporté aucun risque pour les personnes qui y ont participé et que son objet ne comporte guère de caractère sensible. Par ailleurs, nous souhaitons rappeler qu'un retour sera fait aux participants sous la forme d'une synthèse du rapport de recherche mis en ligne. Également, nous comptons produire une présentation Power Point pour en diffuser les résultats, par exemple, lors du congrès de l'ACFAS.

Pour conclure ce chapitre sur la méthodologie ayant servi à opérationnaliser la recherche sur le blogue HINNOVIC, nous résumons dans le tableau 3.2. les éléments importants de notre démarche.

Tableau 3.2

Résumé de la méthodologie

Type de recherche	Qualitative
Type d'approche de l'objet	Sociologique. Perspective constructiviste inspirée de l'interactionnisme symbolique
Technique de recueil de données	Entrevue semi-dirigée
Modes d'entrevue	Par téléphone En face-à-face Par Skype
Nombre d'entrevues	15
Thématiques de l'entrevue	Usages du blogue HINNOVIC Appropriation et utilisation de l'outil Appropriation et utilisation de l'information Attentes et suggestions Utilisation d'Internet en général
Critère principal d'échantillonnage	Usagers réguliers du blogue HINNOVIC
Stratégie de recrutement	Message personnel aux abonnés de l'infolettre Liste pré-établie de personnes à contacter Stratégie «boule de neige»
Durée du terrain	3 mois et demi
Technique d'analyse	Codification selon une procédure inspirée de la théorisation ancrée.

CHAPITRE IV

RÉSULTATS

Nous avons organisé la présentation des résultats en deux sections. Nous nous intéresserons dans un premier temps aux usages du blogue HINNOVIC et à leur construction. Nous analysons ainsi les raisons ayant amené nos participants à consulter le blogue et les modalités d'utilisation actuelles de cette ressource. Dans la deuxième section, nous proposons une typologie des différents modes d'appropriation du blogue HINNOVIC, c'est-à-dire des significations que prend cet outil dans les pratiques professionnelles et personnelles des usagers.

4.1 Les usages du blogue HINNOVIC

4.1.1 Différentes modalités de découverte du blogue

Les modalités de découverte, c'est-à-dire la façon dont se produit le premier contact de l'utilisateur avec l'outil, sont multiples. Parmi nos répondants, nous avons repéré trois modalités de prise de contact avec le blogue HINNOVIC. Le premier cas de figure concerne ceux qui viennent sur le blogue parce qu'ils connaissent la chercheuse pour l'avoir eue comme professeur ou comme collègue et qui veulent se renseigner sur l'outil ou consulter les travaux de cette chercheuse. Ces participants arrivent généralement sur le site en tapant les mots clés «hinnovic» ou «Pascale Lehoux» dans Google. Certains arrivent directement sur le

blogue HINNOVIC en tapant son URL. Certains ont aussi assisté à des présentations de la chercheuse lors d'un colloque.

La deuxième modalité de découverte concerne les participants qui ont eu connaissance du blogue dans les médias pour avoir lu un article le présentant, par exemple, dans le mensuel d'information de l'école de santé publique de l'UDM (Zoom de l'IRSPUM¹⁵) (N=1), ou en écoutant une émission de radio, «Les années lumières» de Yanick Villedieu lors de laquelle Pascale Lehoux était interviewée (N=1).

Le troisième mode de découverte du blogue, le plus répandu parmi nos participants (N=6), concerne les participants qui arrivent par le biais d'un sujet d'intérêt dont ils inscrivent les mots clés dans Google. Par exemple, une de nos répondantes qui élaborait un dossier sur les technologies et le système de santé pour son travail de journaliste, est arrivée sur le blogue après avoir entré le terme «télémédecine» dans Google. Plusieurs participants ont mentionné avoir utilisé les mots «blogue» et «santé». Une autre répondante a découvert le blogue en faisant de la veille dans le contexte de son travail comme agente de recherche en mobilisation des connaissances pour un groupe de chercheurs.

4.1.2 L'intérêt qui se développe

Lors des entrevues, nous avons pu constater que lorsque les répondants nous parlaient de leur utilisation du blogue, il s'est trouvé un moment-clé ou l'intérêt pour cette ressource s'est développé. On pourrait parler d'un point tournant dans le processus de construction de l'usage, entre la découverte de l'outil et la cristallisation des usages. Nous allons dans cette section nous attarder aux éléments du blogue qui ont retenu l'intérêt des participants rencontrés. Différents éléments, tant au niveau de la présentation du blogue que de son contenu, ont contribué à stimuler cet intérêt.

¹⁵Institut de recherche en santé publique de l'UDM.

L'intérêt pour le contenu du blogue

Tout d'abord, le fait qu'il y ait peu d'initiatives de ce genre sur le Web et que le blogue HINNOVIC ait été l'un des premiers blogues institutionnels à proposer des discussions autour de thématiques relatives aux innovations et même à la santé, est souligné par plusieurs participants, comme Gaétane S. (pseudonyme), rédactrice :

Quand j'ai découvert ce blogue, j'ai lu le mot de bienvenue et je m'étais dit que c'était une initiative fantastique et puis qu'il y en avait pas beaucoup dans ce genre là. Fantastique dans le sens de présenter des sujets qui sont dans le domaine de la santé et qui sont d'intérêt pour les citoyens en général puis de présenter les recherches et de discuter des enjeux reliés aux recherches. Je trouvais que vraiment, il n'y en avait pas beaucoup. Peut-être qu'il n'y en a pas d'autres au Canada.

Pour tous les répondants, la qualité des contenus a également joué un rôle particulièrement important. Ceux-ci s'accordent à dire que l'information est crédible, complète et intéressante. Cette crédibilité de l'information résulte pour plusieurs de sa production par une équipe de chercheurs universitaires, comme le souligne Mikaël P., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé :

Moi, la valeur que j'y vois en termes d'infos, c'est la crédibilité que vous pouvez avoir historiquement sur les personnes qui participent à ce blogue. C'est pas neutre parce que quand je lis une information et que je connais un petit peu la qualité de ceux qui produisent l'info, ben j'y attache une valeur plutôt qualitative. Et après, c'est vrai que par rapport aux sujets que vous adressez, le fond me semble pertinent. Quand je lis par exemple les travaux que vous faites sur la problématique de l'urbanisme et santé, une ville favorable à la santé, je

suis intéressé par ces contenus et ils sont de qualité. J'y retrouve pas juste une médiatisation supplémentaire des contenus que j'ai lus ailleurs. Il y a une production que j'appellerais plutôt originale. Parce qu'à la fois, vous avez ce mix entre originalité, c'est une vraie œuvre autonome et indépendante et le fait que certaines personnes que j'ai identifiées donnent de la crédibilité.

Les participants apprécient également le statut des contributeurs qui sont souvent des experts ayant travaillé sur les technologies dont il est question :

«[Le dossier] FIV [fécondation in vitro], parce que ça renvoyait à un choix du gouvernement donc, je me sentais concerné. Voir sur un site d'intérêt une discussion qui se fait au plan scientifique de cette intervention là, c'est intéressant. D'avoir des commentaires du public, oui, mais ça on les connaissait déjà. C'est moins ça qui est intéressant que le traitement fait par des chercheurs de cette intervention là.»¹⁶

(Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé)

Une participante, qui souligne que la validité de l'information du blogue est en lien avec le statut et l'identité des auteurs, juge toutefois que celle-ci reste imprécise :

Par contre, j'aurais voulu savoir, ça ne m'a pas paru énoncé clairement, c'est qui ce site là ? Là on voit en bas du mot de bienvenue, chaire de recherche du Canada et faculté de médecine, donc on imagine que c'est associé à ces deux institutions mais c'est pas clairement énoncé et moi j'aurais aimé à le savoir. Quand je vais sur les sites, généralement

¹⁶ Notre souligné.

je regarde c'est qui ce site là parce que ça m'aide à interpréter la validité de l'information que j'y trouve. Pour moi, ça ajoute de la crédibilité. (Gaëtane S, rédactrice.)

Les répondants ont également été séduits par la variété des sujets reliés aux innovations médicales, le blogue se démarquant à ce titre d'autres portails beaucoup plus spécialisés, comme l'explique Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé : «Il regorge d'informations très diversifiées, [il est] très intéressant de s'y référer pour toutes sortes d'usages.» Par ailleurs, plusieurs participants soulignent et apprécient que le blogue intègre des références propres à la culture québécoise, les informations étant de ce fait, plus faciles à transposer dans leur pratique :

L'intérêt que j'y trouvais c'était que c'était une réflexion qui était proche de nous. C'était pas un truc français, c'était pas un truc américain. Les références sont proches de notre réalité. Ça permet de les raccrocher à des choses qu'on connaît. Les références sont communes avec notre contexte de travail dans la santé.

(Michel F., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé)

Un autre usager souligne l'implication de l'équipe HINNOVIC dans différents événements sur la scène scientifique montréalaise, un élément qui n'est perceptible que pour les acteurs locaux :

[J'apprécie] le fait [pour l'équipe HINNOVIC] par exemple d'aller se valoriser dans la création d'un événement dans le contexte de TED17, ça montre une certaine mentalité. C'est pour cela que je suis intéressée à suivre ce qu'il y a sur le blogue.

¹⁷Notre répondant fait référence à l'événement TED^x ayant été organisé par l'équipe HINNOVIC au quartier latin en 2010.

(Mikaël P., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé en France)

Plusieurs participants témoignent aussi de leur intérêt pour le choix des sujets en lien avec l'actualité et le caractère complet des dossiers. L'objectif de l'équipe HINNOVIC, qui met l'accent sur les innovations médicales faisant l'objet de controverses, est en effet de présenter différents points de vue sur les innovations afin de nourrir le débat social. Cette présentation des différentes perspectives sur un sujet est particulièrement appréciée comme l'explique Fred D., candidat au doctorat en santé publique : «Il y a plusieurs angles et c'est ça qui fait que c'est plus riche car si c'était juste la santé, ce serait moins intéressant.»

Cette pratique qui constitue selon certains participants «l'esprit du blogue» et même «sa ligne éditoriale», permet surtout à ces derniers d'avoir accès à des points de vue plus critiques sur les technologies médicales, qui sont très valorisés par plusieurs participants comme Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé :

Je trouve [...] qu'il y a un traitement critique de l'information sur des interventions gouvernementales que l'on ne retrouve pas sur des sites gouvernementaux parce qu'on est moins critique. Ça, je trouve ça très, très rafraichissant. Le regard critique qui est offert sur certains choix politique en matière de santé. Ce que je trouve intéressant aussi est cette rigueur dans l'information qui est traitée qui pour moi, est fiable, valide. C'est pas de la critique gratuite.

Pour d'autres répondants cette présentation des différents points de vue sur un sujet est au contraire jugée problématique et interprétée comme un manque d'implication de l'équipe en charge du contenu rédactionnel :

Il me semble qu'il devrait y avoir un travail de fond pour faire émerger la ligne éditoriale. C'est comme si parfois, j'ai l'impression que l'on ne veut pas prendre position. On reste neutre par rapport à tout ça et ce n'est pas forcément la meilleure chose.

(Henriette A., professionnelle intéressée par les TICs et active en TC)

Patricia F., journaliste, précise aussi que si elle apprécie lire différentes perspectives sur un même sujet, elle aimerait mieux saisir comment sont sélectionnés les contributeurs et cerner la place qu'occupe leur point de vue dans le débat social entourant une innovation médicale.

[...] comment ces gens-là [contributeurs externes] se positionnent par rapport à votre blogue. Est-ce qu'il y a une ligne éditoriale qui vous a fait choisir cette personne-là plutôt qu'une autre. Est-ce que c'est juste cette personne-là qui vous a proposé un texte ? Moi, en tant que lectrice, j'aime bien savoir ce genre de chose parce que ça va influencer. On ne sait pas dans quelle catégorie on les place et on ne sait pas comment vous les avez sélectionnés. Donc je trouve ça un peu mêlant au niveau de la hiérarchie de l'information. Qui décide ?

Néanmoins, le caractère complet des dossiers reste très apprécié et constitue l'une des forces du blogue. Les contenus sont par ailleurs jugés pertinents parce qu'ils alimentent les pratiques professionnelles des participants comme le souligne Gaétane S., rédactrice, qui est venue sur le blogue parce qu'elle y voyait un moyen de mieux répondre à la demande de ses clients en se renseignant davantage sur leur domaine d'expertise : «J'ai eu des clients qui sont dans le domaine des sciences de la vie ou de la santé. C'est ça qui m'a amené vers le blogue

HINNOVIC.» Nous aurons l'occasion de détailler ces aspects dans la section sur l'appropriation du blogue.

L'intérêt pour la présentation et le format du blogue HINNOVIC

Le format des informations présentées sur le blogue HINNOVIC semble également jouer un rôle important, certains de nos répondants expliquant que leur intérêt s'est maintenu à cause du format diversifié des présentations. Rappelons que chaque dossier peut intégrer des billets, des entrevues accessibles au format audio ou texte, des entrevues vidéos et des présentation Power Point. Doris A, professionnelle/gestionnaire de la santé, souligne que le format dans lequel est diffusée l'information est un complément à la qualité du contenu :

Il y a un côté amélioré d'une entrevue juste enregistrée. Puis, il y a un travail de mise en scène dans la façon de transmettre l'information. Ça permet de la visualiser ce qui est un ajout dans la transmission de l'information. Je ne pense pas l'avoir vu de cette manière [ailleurs]. On sent que derrière, ce sont des chercheurs universitaires, on le sent vraiment. C'est pas le style d'entrevue télévisée et je trouve ça intéressant.

Les participants apprécient également les efforts de vulgarisation des contenus qui favorisent l'accessibilité de l'information : «C'est intéressant d'avoir une information qui est diffusée par des spécialistes mais qui est quand même bien vulgarisée. Donc, c'est vraiment très intéressant à lire.» (Béatrice V., journaliste).

Enfin, l'existence d'un espace pour réagir aux contenus publiés (section «commentaires» située en dessous de chaque billet, entrevue, vidéo), caractéristique importante des blogues, est jugée importante notamment par les professionnels communicateurs et les journalistes.

C'est une valeur ajoutée. J'aime savoir dans quel sens va l'opinion des gens qui écrivent par rapport à ce que le journaliste a écrit. Je lis en diagonale. Lire ce qu'en pensent les autres. C'est un lien avec le lecteur. Je trouve ça important ce que les autres pensent.

(Patricia F., journaliste)

Certains jugent toutefois que ces commentaires ne sont pas assez nombreux, ce qui les amène à questionner le statut de blogue de l'outil.

La présentation graphique du blogue est également jugée positive, tous les participants appréciant l'aspect visuel du blogue, sa charte graphique :

Le design, je trouve que c'est approprié au blogue. Ça fait quand même jeune, intéressant puis actif. Tu sens que c'est des gens qui sont motivés. Puis tu penses que ça va être à jour les informations qui vont être fournies. Le design me donne une indication sur le type d'information que je vais trouver. Le fait que ça fasse jeune, ça donne l'impression que c'est vif, c'est à jour. C'est à l'image du contenu.

(Sylvie M., candidate au doctorat en santé publique)

Un répondant par ailleurs, la trouvait trop colorée sans que cela ne gêne son intérêt global pour le site :

Petit bémol sur le fait qu'il y a trop de couleurs différentes. Moi, je suis plutôt du genre ramassé, minimum de couleur, des choses plus unifiées. Par contre, c'est un détail, ce n'est pas ce qui va faire que je vais revenir ou non. J'aimerais qu'il soit plus épuré.

(Simon L., professionnel intéressé par les TICs et actif en TC)

L'ensemble de ces éléments relatifs au contenu et à la présentation de l'outil contribue à faire en sorte que la découverte initiale du blogue a été suivie d'autres visites. La consultation au départ occasionnelle du blogue bascule ainsi vers un usage plus régulier, la fréquence des visites augmentant et l'usage faisant sens dans la pratique des individus. Nous allons maintenant décrire les modalités de fréquentation du blogue, les modes de navigation et de sélection des contenus et les usages que font les participants du blogue en lui-même.

4.1.3 Fréquentation et développement de routines d'usage

Cinq de nos répondants, essentiellement des professionnels/gestionnaires dans le réseau de la santé, fréquentent le blogue depuis ses débuts. Les autres l'ont découvert il y a un an ou deux ans et deux personnes le connaissent depuis moins d'un an. En ce qui concerne la fréquence de consultation, la majorité consulte le blogue à la réception de l'infolettre envoyée par l'équipe HINNOVIC environ aux cinq semaines. Pour les autres, la régularité de la fréquentation est très variable et peut aller d'une fois par jour à quatre à cinq fois par année.

Une fois sur le blogue, les temps de visites sont variables. De manière générale, les participants mentionnaient naviguer entre 10 et 30 minutes. Peu de nos répondants ont toutefois été capables de nous indiquer avec précision combien de temps ils passaient sur le blogue mais jugeaient que leur temps de consultation était assez court.

Cinq chemins principaux mènent à la fréquentation du blogue. Certains participants peuvent utiliser plusieurs modes d'entrées. Pour la majorité (N=8) cependant, l'infolettre (publiée environ aux cinq semaines) agit comme aide-mémoire et débouche sur une consultation pratiquement chez tous les participants. Sur les huit répondants qui arrivent sur le blogue via l'infolettre, la moitié provient de la catégorie des professionnels/gestionnaires de la santé.

D'autres (N= 3) visitent le blogue par eux-mêmes de manière régulière, au moins une fois par mois. Un participant de la catégorie des professionnels/gestionnaires dans le réseau de la santé a également mentionné le flux RSS¹⁸ comme mode d'entrée sur le blogue et semble avoir adopté ce mode pour toutes les ressources Internet qu'il utilise. Un autre répondant, professionnel intéressé par les TICs et actif en TC, a adopté HINNOVIC comme page d'accueil de son fureteur, ce qui l'amène à le consulter quotidiennement. Finalement, une autre personne, également de la catégorie des professionnels/gestionnaires dans le réseau de la santé, a mentionné venir sur le blogue à partir de ses comptes Facebook et Twitter¹⁹ ainsi que via le site du centre Léa-Roback, qui retransmet les nouveautés du blogue. Voyons maintenant, comment nos répondants circulent sur le blogue.

4.1.4 Modes de navigation

Nos répondants rapportent trois différents modes de navigation sur le blogue HINNOVIC. La majorité (N=6) utilise la séquence qui suit : consultation de la page d'accueil en premier, ensuite des brèves et des dossiers. Il est intéressant de noter que les trois professionnels provenant de la catégorie des professionnels intéressés par les TICs et actifs en TC ont développé cette même routine. D'autres répondants (N=3), de différentes catégories professionnelles, commencent par consulter les billets du nouveau dossier et ensuite visionnent les vidéos qui s'y rattachent (s'il y en a). D'autres encore (N=2) vont sur les dossiers et lisent ensuite les commentaires.

Les deux tiers des répondants se sont prononcés sur leur expérience de navigation sur le blogue. Ceux qui arrivent via l'infolettre et sont professionnels/gestionnaire de la santé, semblent généralement satisfaits comme le mentionne Doris A. : «Il commence à y en avoir de plus en plus [du contenu] alors ça commence à être plus compliqué de rester agencé. Moi j'arrive à retrouver ce que je recherche. Le blogue grossit en matériel mais je m'y retrouve.»

¹⁸ Fichier dont le contenu est produit en fonction des mises à jour d'un site Web.

¹⁹ Le blogue HINNOVIC a sa page Facebook et son compte Twitter.

Par contre, plusieurs n'apprécient pas leur expérience. Ils soulignent que la navigation n'est pas fluide et que les informations importantes ne sont pas toujours facilement accessibles comme le souligne Maryse I., professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé :

Quand je navigue, je ne me retrouve pas du tout facilement. Par ailleurs, je suis le blogue depuis le début, donc je me suis familiarisée avec lui. Il évolue. J'ai vu des évolutions. Justement, récemment, j'ai trouvé dommage que les thèmes soient écrits en tout petit et qu'il faille «scroller» pour arriver. Je trouve dommage, j'aimerais qu'il soit plus accessible. Que d'emblée on ait une vue. Alors soit une page ou l'on clique sur les liens ou soit des onglets. Je les trouve trop cachés alors que c'est le sujet du blogue.

Il apparaît ainsi que les modes de navigation sur le blogue sont multiples, montrant que c'est l'utilisateur qui choisit et façonne son utilisation. Passons maintenant au processus de sélection des contenus

4.1.5 Sélection des contenus

Dix de nos répondants vont consulter un contenu parce que le sujet les intéresse, le choix des contenus chez nos participants étant le plus souvent en lien avec leurs intérêts professionnels, comme nous le verrons dans la section suivante. Les participants recherchent particulièrement les sujets novateurs comme l'explique Liette I. qui travaille aux communications dans le réseau de la santé : «Ce doit être un élément nouveau. Ça ne doit pas être ce qui est répété depuis deux ans.»

Une fois que les participants s'intéressent à un dossier, ils vont souvent suivre les hyperliens proposés sur le blogue et consulter l'ensemble des entrées, même si elles sont présentées dans des formats différents (vidéo, présentation audio ou Power Point). C'est le cas pour Michel F., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé pour la sélection des contenus : «C'est le sujet. Je n'arrive pas là en me disant, je vais aller chercher un vidéo.

Dans certains cas, il se peut que la vidéo me permette d'aller plus loin.». Le sujet est donc à l'origine de la consultation d'un dossier. Lorsqu'il est en lien avec l'intérêt des participants, ceux-ci vont le consulter dans sa totalité comme l'explique Sylvie M., candidate au doctorat en santé publique :

Le dossier sur les inégalités sociales de santé. Je l'ai lu et relu et j'avais vraiment regardé toutes les petites capsules mais je pense que c'était surtout parce que c'est très directement lié à mon sujet de recherche, donc je voulais vraiment voir ce que chaque personne avait à dire.

Cette lecture des dossiers n'est pas toujours immédiate. Un participant a ainsi expliqué que s'il n'avait pas le temps de le lire sur le coup, il les sauvegardait sur son disque dur pour y revenir plus tard.

La langue (les contenus étant présentés en anglais et en français) constitue également un critère pour sélectionner les contenus que l'on va consulter. Deux participantes ont ainsi souligné qu'elles privilégiaient les contenus en français parce qu'ils leur sont plus accessibles : «Si [l'information] est en français ou pas, ça, ça joue beaucoup sur mon choix parce que ça me prend plus de temps en anglais.», Patricia F., journaliste.

Les informations présentées en format vidéo sont par contre assez peu visionnées, peu de répondants (N=5) regardant les capsules vidéos. Ceux-ci, évoquent pour expliquer leur non-usages de ces ressources, le manque de temps (N=5), le fait que les capsules vidéo soient trop longues (N=2) ou comme Simon L. (professionnel intéressé par les TICs et actif en TC), qu'ils constatent que l'information y est moins condensée par rapport au support écrit : «[Le visionnement des vidéos] Pas vraiment. J'ai commencé certains que je n'ai pas finis. Plus par manque de temps que je voulais y mettre. De façon générale, je vais rarement voir les vidéos parce que l'information est délayée.».

Le non-usage des vidéos peut aussi être lié au contexte d'utilisation du blogue. Une participante ne consulte jamais les vidéos car elle partage son bureau avec d'autres collègues.

Une autre participante de la catégorie des professionnels intéressés par les TICs et active en TC privilégie au contraire ce format, ne regardant que les vidéos sur le blogue.

4.1.6 Contextes d'usage du blogue HINNOVIC

Tous les répondants consultent le blogue du travail sans exception, certains (notamment ceux qui travaillent à domicile) mentionnant aussi y accéder depuis leur domicile ou lors de déplacements.

La grande majorité des participants recourt au blogue sur une base à la fois professionnelle et personnelle.²⁰ Toutefois, certains participants (N= 5) utilisent le blogue sur une base strictement professionnelle et un seul sur une base uniquement personnelle.

Plusieurs participants soulignent que les usages personnels et professionnels sont difficiles à départager tant ces deux aspects de leur vie sont reliés comme l'explique Sylvie M., candidate au doctorat en santé publique :

«La ligne est fine entre mon côté professionnel et personnel ...c'est toute la même chose, on dirait. Non, je ne pourrais pas te dire que c'est plus pour mon côté personnel mais en même temps mon personnel fait tellement partie de mes intérêts de recherche puis de mes intérêts professionnels que ça revient un peu au même.»

Dans certains cas, les participants soulignent que l'information les intéresse aussi parce qu'elle touche à des besoins personnels ou concernent leurs proches. Cela renforce l'intérêt professionnel pour l'information. Maryse I, professionnel/gestionnaire dans le réseau

²⁰ Spécifions que pour nous, un usage personnel consiste à lire des informations dont l'intérêt déborde le domaine professionnel. Il peut s'agir d'informations intéressantes sur le plan général ou en rapport avec un intérêt particulier, propre à l'histoire personnelle du professionnel ou de ses proches.

de la santé explique ainsi que sa profession même est en lien avec ses préoccupations personnelles :

Comme ma profession est liée à mes intérêts de vie... Par exemple, j'ai lu sur la vaccination sur le VPH et dans ce cadre là, c'était un usage personnel car j'ai une fille mais c'est aussi un intérêt pour la santé publique. J'ai donc tout lié, tous ces intérêts là. J'ai épluché ce qui avait été affiché sur le blogue.

4.1.7 Différents usages du blogue HINNOVIC

Nous avons répertorié cinq principaux usages du blogue HINNOVIC. Ceux-ci varient selon les participants et peuvent se retrouver chez un même participant, comme nous le verrons dans les sections suivantes portant sur l'appropriation.

Chercher et consulter de l'information

L'usage le plus fréquemment mentionné du blogue HINNOVIC est la recherche d'information. L'information recueillie est utilisée pour alimenter une curiosité, faire un état des connaissances et enjeux entourant certaines technologies et, ce faisant, susciter des réflexions et venir nourrir des débats dans lesquels les participants sont engagés dans leurs milieux de pratique. Les participants recourent également au blogue pour documenter un dossier précis, alimenter leur pratique professionnelle comme l'explique Louise C. (professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé) :

Je cherche toujours de l'information sur ce qui pourrait m'aider à mieux former mes nouvelles infirmières puis d'autres professionnels. Par exemple, si on fait l'acquisition d'une nouvelle technologie, je vais me renseigner pour savoir quel impact ça aura au niveau des soins infirmiers, quelle formation il faut donner à mon personnel. En même temps, au niveau des soins infirmiers, moi ce que je recherche c'est des

meilleures pratiques, dans un but d'amélioration, ce qu'on peut faire de plus au niveau des soins infirmiers.

Le blogue peut également servir d'outil de veille en étant dans la liste des favoris de certains professionnels qui recherchent sur le Web toute information sur des sujets reliés à des intérêts particuliers. Le blogue peut alimenter la recherche d'information sur de nombreux sujets qui touchent les innovations médicales notamment : «Je fais une veille. Régulièrement je vais aller voir des articles ou des titres qui touchent un peu à mon sujet de recherche pour montrer une nouvelle perspective sur une problématique.» (Sylvie M., candidate au doctorat en santé publique). Pour Maryse I., professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé, il constitue ainsi un outil de référence lui permettant de s'informer sur les technologies qu'elle doit évaluer :

Comme j'évalue des projets de recherche, évidemment de temps en temps les technologies dont on me parle, je ne connais absolument pas. C'est un moyen pour moi d'aller débroussailler le terrain et d'aller voir. D'aller me renseigner, mon moyen, c'est le blogue.

Trouver de l'information et la rediffuser aux autres

Plusieurs répondants lorsqu'ils trouvent de l'information qu'ils jugent pertinente, la rediffusent dans leurs réseaux professionnels immédiats ou élargis, principalement sous forme de liens. Michel F., qui travaille comme professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé, faisait souvent parvenir des dossiers à des collègues auparavant alors qu'il avait un autre type d'emploi dans le même domaine :

En 2008, l'usage que j'en faisais c'était quand je trouvais des textes que j'estimais pertinent pour des collègues, je leur faisais suivre. Dans la très grande majorité des cas, c'étaient des sujets qui ne me touchaient pas directement dans mon travail mais rejoignaient les gens autour de moi alors, je leur faisais suivre les articles de façon assez

régulière. Pas systématiquement mais je l'ai beaucoup utilisé pour alimenter d'autres collègues. J'avais l'impression qu'ils n'auraient pas nécessairement le temps de faire cette recherche là.

Cette diffusion peut aussi se faire par courrier interne, comme dans le cas de Louise C., (professionnelle dans le réseau de la santé) :

Je vais participer à des projets spéciaux, donc si je vois des choses qui pourraient intéresser une collègue, je vais en parler avec l'infirmière-chef de l'Unité des naissances, comme par exemple, dans le cas du dossier sur les prématurés, des fois je le fais imprimer et l'envoie via courrier même si c'est pas directement dans mon secteur.

Pour la plupart des participants, la diffusion des informations trouvées sur le blogue est l'un des usages qu'ils font du blogue mais dans le cas de Michel F, qui occupe une fonction d'Agent de transfert d'information, rediffuser l'information constitue la principale motivation à consulter le blogue, l'outil prenant d'ailleurs la place d'une ressource que ne possède pas encore son organisation :

Comme relayeur ou agent de transfert, la première utilisation [du blogue] c'est de le faire connaître [...] On commence à avoir une newsletter par exemple au niveau du centre national pour justement essayer d'avoir des dossiers plus thématiques. Mais on n'en est pas encore là. On est au tout début mais en tout cas, l'objectif en utilisant votre blogue c'est de diffuser l'information. [...] J'ai pas eu le temps mais aujourd'hui je pense qu'un des aspects qu'on pourra voir ensemble c'est par exemple, de pouvoir fédérer des contenus comme le site du centre national avec des liens avec votre blogue. Ce serait très intéressant.

Alimenter le contenu d'un portail ou d'un blogue

Huit de nos répondants gèrent eux-mêmes un blogue ou un portail, qu'il soit personnel ou relié à leur institution. Ils mentionnent se servir du blogue HINNOVIC pour trouver du contenu et alimenter leur propre blogue. Certains vont partager des commentaires concernant les informations trouvées sur le blogue HINNOVIC dans le but de susciter des réactions chez leurs visiteurs comme Fred D., candidat au doctorat en santé publique : «Une fois que l'information est consommée, il se peut que ça fasse naître une réflexion que je vais vouloir partager dans mon blogue ou avec quelqu'un.». Ces participants intègrent aussi des liens hypertextes vers le blogue HINNOVIC qui est alors utilisé comme un outil de veille, rassemblant des informations pertinentes sur les innovations médicales.

Je retransmets l'information si ça rejoint des objets de recherche qui nous intéressent pour susciter un débat sur nos sites donc, c'est un peu comme de la collaboration. Nous, on utilise votre information, on la reprend et on cite, donc c'est chercher de l'information et susciter la réaction sur nos portails.

(Demetra E. qui travaille comme professionnelle intéressée par les TICs et active en TC.)

Observer le développement et l'évolution de l'outil, l'utiliser comme modèle

Quelques répondants (N=3) prennent le blogue comme modèle de transfert des connaissances. Ils y observent le contenu (comme le choix des thèmes, par exemple), de même que l'organisation des rubriques et les formats utilisés. Ils sont également intéressés à voir comment un blogue institutionnel se maintient dans le temps : «Je fais beaucoup de recherche sur Internet en transfert. Je regarde ce que les gens font en transfert pour voir l'évolution et pour voir comment il est utilisé, est-ce qu'il vit toujours ?» Henriette A., qui travaille comme professionnelle intéressée par les TICs.

Lire ou émettre des commentaires sur le blogue

Le dernier usage cité concerne l'utilisation de la «section commentaires». Lire les commentaires ne figure pas parmi les usages principaux de nos répondants (seulement six de nos répondants les lisent). Certains soulignent toutefois que les commentaires sont importants comme indicateur de la réception des technologies. C'est le cas de Demetra E., professionnelle intéressée par les TICs et active en TC, qui explique les lire pour suivre les réactions suscitées par les contenus ou de Simon L., également professionnel intéressé par les TICs et actif en TC, pour qui la possibilité de laisser un commentaire est le propre du blogue et fait entièrement partie de son contenu : «S'il il y a un commentaire, je le lis, pour moi il fait partie de l'article parce que c'est un blogue.».

Les commentaires que peuvent laisser les visiteurs du blogue en réaction aux articles publiés soulèvent toutefois des interrogations, certains se demandant si l'équipe endosse les opinions et informations qui circulent via cette voie. Pour d'autres, il est acquis que les commentaires, dès lors qu'ils sont publiés sont effectivement modérés par l'équipe de rédaction et en concluent que celle-ci les endosse comme le souligne Michel F., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé : «J'imagine que c'est modéré, donc j'imagine que les auteurs du blogue sont d'accord avec ce commentaire.»

Ceux qui contribuent par des commentaires au contenu du blogue HINNOVIC sont encore moins nombreux. Une seule personne sur les quinze participants a rapporté avoir déjà émis un commentaire et celui-ci portait sur la langue des textes publiés : «Il y a un numéro où tous les textes étaient en anglais et je l'ai mentionné. On m'a répondu.» (Michel F. professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé)

Les raisons expliquant l'absence de participation aux commentaires sont diverses. Maryse I., (professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé) signale qu'elle ne se sent pas très à l'aise de publier, compte tenu du statut de ce blogue institutionnel : «C'est un truc sérieux, donc on ne peut pas y aller juste avec un instinct. Ce ne serait pas pertinent.». Par ailleurs, elle souligne que publier un commentaire sur ce blogue nécessiterait un investissement dont elle n'a pas le temps : «L'envie est là mais je ne prends pas le temps de le faire.».

D'autres mentionnent ne pas avoir l'habitude d'écrire des commentaires. C'est le cas de Doris A. (professionnelle du réseau de la santé) qui, par ailleurs, ne se sent ni l'expertise ni l'envie de le faire. : «Non, je ne suis pas une grande «écrivaine de commentaire»». Ces participants rapportent toutefois qu'ils pourraient envisager de publier des commentaires concernant une information controversée ou qui les interpelle particulièrement.

Il faut vraiment que ce soit un sujet qui me touche beaucoup ou que je me sente vraiment experte et que je me dise que je peux vraiment apporter quelque chose ou que ce soit un sujet que je trouve trop controversé et que je trouve que dans l'article on expose juste un point de vue de la controverse. Doris A. (professionnelle du réseau de la santé)

4.2 Les modes d'appropriation

Comprendre le processus d'appropriation d'un objet technique vise à cerner les significations qu'il revêt pour l'utilisateur (Millerand, 1999). L'analyse du discours des participants met en évidence 4 modes d'appropriation : Le blogue comme base de connaissances, le blogue comme base de référence, le blogue comme outil de réseautage et de lobbying et le blogue comme modèle de transfert des connaissances (TC). Ces modes d'appropriation englobent un ou plusieurs des usages que nous avons présentés ci-dessus. Précisons que dans certains cas la relation entre le type d'usages et le mode d'appropriation qui s'ensuit est directe. Par contre, pour d'autres types d'utilisateurs comme ceux qui utilisent le blogue pour chercher, consulter et diffuser de l'information, les modes d'appropriation qui s'ensuivent peuvent être multiples. Ils seront déterminés en fonction de certaines données du contexte propre à chaque répondant. Nous préciserons, pour chaque mode d'appropriation à quel(s) usage(s) il renvoie dans la section qui suit.

4.2.1 Le blogue comme base de connaissances

Dans ce mode d'appropriation, l'utilisateur utilise le blogue HINNOVIC comme base de connaissances. Ce mode concerne presque tous les répondants à l'exception de deux. Il renvoie aux usages de types recherche et consultation d'informations pour un usage personnel ou collectif et comprend également la lecture de la section «commentaire». Il mobilise donc trois des cinq types d'usages répertoriés. Il s'applique autant aux professionnels et gestionnaires dans le réseau de la santé qu'aux communicateurs/journalistes ou aux professionnels intéressés par les TICs et actifs en TC. Les contenus peuvent être mis à profit pour répondre à une curiosité personnelle ou alimenter la pratique professionnelle. Le blogue aide notamment à débroussailler un dossier, à connaître les débats et controverses entourant un dossier et permet, comme l'explique Maryse I., professionnelle dans le réseau de la santé, «d'être à jour sur certains dossiers. [et de] savoir ce que les autres en pensent.». A ce titre, le blogue peut être utilisé pour répondre à des besoins d'information individuels comme pour Doris A., professionnelle du réseau de la santé, qui ne l'utilise pas nécessairement dans le cadre de son travail : «Ça reste pour moi [l'information]. J'ai transmis le site à mes collègues de travail. Je n'ai jamais transmis une information spécifique. C'est jamais tombé que c'était des sujets sur lesquels on a parlé.» La recherche d'information à titre individuel peut viser à répondre à un questionnement et susciter des réflexions personnelles. C'est le cas pour Simon L., professionnel des TICs et actif en TC :

Rares sont les fois où je lis quelque chose qui me donne envie de faire des recherches subséquentes. Je pense au dossier sur la cyberdépendance, je me suis senti concerné. Du coup, ça ne m'a pas donné le goût d'en savoir plus mais ça m'a amené à me poser plus de questions sur moi-même. Sur ma dépendance cybernétique.

Comme nous l'avons mentionné en introduction de cette section, l'utilisation du blogue comme base de connaissances peut aussi être collective, l'outil étant alors mobilisé

par toute l'équipe de travail comme l'explique Maryse I., professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé, qui renvoie son équipe vers des informations du blogue pour que tous se préparent à travailler sur un dossier :

Surtout pour en faire un usage personnel, que je partage dans le sens où c'est pertinent. Il m'arrive d'en parler avec d'autres professionnels, amis ou autres qui sont intéressés par un sujet qui a été traité sur le blogue et de leur envoyer le lien du blogue en leur disant de cliquer HINNOVIC sur Google. Puis ensuite, ils vont tomber dessus. Ce peut être oralement ou par courriel, ça dépend du contexte de la discussion.

Les informations peuvent aussi être utilisées pour nourrir la pratique des professionnels de l'organisation : «Beaucoup de formations sont données à droite et à gauche et j'envoie l'information selon le département que ça concerne.» (Louise C., professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé).

4.2.2 Le blogue comme base de référence

Certains répondants, particulièrement ceux appartenant à la catégorie des professionnels et gestionnaires de la santé, utilisent l'outil comme base de référence professionnelle. Ce mode d'appropriation est utilisé par au moins un membre des trois catégories professionnelles représentées. Par ailleurs, seule une des trois professionnelles intéressée par les TICs et active en TC l'utilise à cette fin. Les usagers qui utilisent le blogue à cet effet recherchent des informations, tout comme dans le premier mode d'appropriation présenté. Toutefois, ils recherchent un type d'information spécifique, une information validée qui provient d'un expert. Les types d'usages associés sont donc les mêmes que ceux pour le premier mode d'appropriation. Cependant, l'objectif recherché dans cette quête d'information n'est pas le même. Dans ce cas, le statut de l'équipe HINNOVIC (comme équipe universitaire) et des contributeurs (des experts) est déterminant de leur utilisation. La crédibilité du groupe confère un regard différent dans le traitement de l'information et c'est

cet élément spécifique qui a permis de développer un sens dans la pratique des usagers de ceux qui ont adopté ce mode d'appropriation :

C'est intéressant d'avoir la ligne argumentée des milieux de recherche pour les différents choix qui sont faits. Très intéressant pour les gens du réseau de la santé parce que ça donne un autre point de vue que la ligne officielle offerte par les autorités sanitaires. Un groupe de chercheurs peut se le permettre. C'est un beau filon à exploiter. [Le dossier] FIV c'est un bel exemple.

(Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé)

4.2.3. Le blogue comme outil de réseautage et de lobbying

Comme nous l'avons souligné, plusieurs répondants diffusent à des membres de leur réseau les contenus qu'ils trouvent sur le blogue et qu'ils jugent pertinents. Encore une fois, ce mode d'appropriation concerne surtout les professionnels/gestionnaires de la santé, mais rejoint au moins un professionnel des deux autres catégories. Cette pratique peut être régulière ou au contraire ponctuelle et renvoie à deux types d'usages soit, trouver de l'information et la rediffuser et alimenter le contenu d'un portail ou d'un blogue. L'usage du blogue permet ainsi d'informer, de susciter un débat, une réflexion et d'alimenter les pratiques professionnelles au sein de l'organisation ou au sein de son réseau.

Je me souviens très bien être allée pour la cyberpsychologie. J'avais un projet de recherche avec la réalité virtuelle. Je savais c'était quoi. Je me suis rappelée qu'il y avait eu une capsule là dessus sur le blogue. J'y suis donc allée et j'ai invité les autres membres du comité à le faire aussi pour se renseigner.

Maryse I., professionnelle/gestionnaire dans le réseau de la santé

Cette pratique de diffusion de l'information permet à celui qui envoie de se positionner dans la communauté immédiate ou élargie, de susciter une collaboration ou encore de développer une communauté d'intérêt.

Oui, c'est ça, ça permet de rencontrer les gens, par le biais des présentations. Des gens qui travaillent sur un sujet, qui ont une opinion pouvant être partagée plus largement. Je pense aussi, qu'un des conférenciers étant venu à la DSP [Direction de la santé publique], s'est retrouvé sur le blogue. Je pense en plus qu'il y a une interaction informelle, dans l'autre sens aussi [...] Il y a peut-être eu aussi une influence, on s'entraide informellement. Une forme de communauté d'intérêt, c'est certain.

(Maryse I., professionnelle dans le réseau de la santé)

L'objectif peut aussi être de pousser des dossiers dans l'espace public organisationnel à des fins de lobbying. Un des participants utilise ainsi le blogue et sa crédibilité pour attirer l'attention de la direction du Centre de recherche dont il fait partie sur certaines questions :

Ouais, parce qu'encore une fois je crois qu'on a trop, enfin, on vit trop en France un système segmenté quoi, et je pense que ce que j'essaie de provoquer aujourd'hui en travaillant sur l'innovation et le développement, c'est une vraie approche, on va dire agrégée, mêlée et qui fasse apparaître que chacun peut avoir sa place pour que ça produise une intelligence [...] C'est-à-dire que non seulement, je veux diffuser l'information, mais j'aimerais également pousser une collaboration [...] J'ai plutôt tendance à diffuser des liens et après

éventuellement, à faire en sorte qu'on puisse s'intéresser plus spécifiquement à des sujets, à des dossiers.

Mikaël P., professionnel/gestionnaire de la santé en France,

4.2.4. Le blogue comme modèle de transfert des connaissances (TC)

Pour ces répondants, le blogue HINNOVIC constitue un modèle d'utilisation du Web pour le TC. C'est le cas de Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé, «Pour moi, c'est un référent de ce que l'on peut faire avec des outils du Web» et de Liette I., qui travaille aux communications dans le réseau de la santé, et qui s'en est inspirée pour développer le blogue de son institution. Ainsi, pour ces professionnels du réseau de la santé, la qualité et la crédibilité de l'outil en font un modèle de référence. Ce mode d'appropriation découle directement de l'usage qui concerne l'observation du développement de l'outil et de l'utilisation comme modèle. Trois de nos répondants utilisent le blogue à cet effet et il se trouve que deux d'entre eux ne sont engagés dans aucun autre usage. Pour eux, leur seul intérêt se trouve dans l'observation de l'outil.

4.3 Profils d'usage et d'appropriation du blogue HINNOVIC

Nous appuyant sur différents paramètres relatifs aux usages, comme la façon de sélectionner les contenus, les contextes et les environnements de pratique, l'intérêt qui s'est développé versus les usages professionnels exprimés, les modalités d'appropriation de l'outil et de son contenu et les occupations professionnelles de nos répondants, nous avons pu mettre en évidence quatre principaux profils. L'intérêt de faire cette démonstration est de rapporter certaines tendances que nous avons pu observer en mettant les données précitées en relation et en découvrant certaines similitudes.

Le premier profil, que nous qualifions de type organisationnel, est le plus commun chez nos répondants. Il rassemble des individus qui utilisent le blogue essentiellement comme base de connaissances. Ces usagers fréquentent le blogue à partir de la réception de

l'infolettre, ils le consultent uniquement dans le milieu de travail, ils sélectionnent des contenus strictement dans le but de répondre à des sujets reliés au travail et peuvent rediffuser l'information pour alimenter d'autres collègues. L'on retrouve surtout des professionnels et gestionnaires de la santé. Une petite variante de ce profil regroupe des répondants qui sont juniors dans la profession, c'est-à-dire des étudiants ou des personnes en début de carrière. Ces répondants ont sensiblement les mêmes modalités d'appropriation du blogue mais l'utilisent surtout pour bâtir leurs sources d'informations. Ils ne sont pas nécessairement dans des équipes et ne jouent pas un rôle de médiateur ni de coordonnateur. Par conséquent, la signification que prend leur usage fait état de cette réalité qui leur est propre dans le sens où l'usage du blogue s'insère dans un processus global de recherche d'informations. L'utilisateur ne redistribue par l'information de façon directe. Il s'adonne plutôt à une activité de collecte d'informations qui s'enrichit auprès de plusieurs sources et celle-ci leur permet de constituer une base pour développer leur compétence et expertise professionnelles. Dans ce type de profil, on retrouve des répondants qui perçoivent davantage le blogue HINNOVIC comme un site institutionnel que comme un blogue.

Dans le second profil, on trouve des individus qui utilisent le blogue essentiellement comme modèle et exemple de bonnes pratiques en TC. Ces usagers impliqués dans des activités de veille ont généralement comme occupations professionnelles des postes d'agent de recherche ou de conseiller en transfert de connaissances ou en communication pour des institutions de santé. On retrouve aussi dans ce profil les étudiants-chercheurs au doctorat en santé publique. Ces usagers suivent le blogue de près. Ils lisent uniquement ce qu'il y a de nouveau et arrivent sur le blogue de différentes façons (infolettre, flux RSS, etc.). Certains d'entre eux privilégient la lecture des dossiers, d'autres regardent plutôt les vidéos, étant attirés par certains formats de contenu plutôt que d'autres dépendamment du temps qu'ils ont. Certains vont préférer sauvegarder de l'information pour utilisation ultérieure. Dans ce type de profil, les répondants se questionnent sur le statut de l'outil à savoir s'il est un blogue ou non. Tous avaient une opinion précise sur le sujet et ont largement commenté la question. Il semblait évident qu'ils avaient déjà nourri une réflexion sur la question compte tenu du niveau de développement dans leur réponse, qui était considérablement plus étoffé que sur d'autres aspects du blogue. Les réponses à cette question étaient enrichies par des références propres à leur expertise.

Le troisième profil regroupe les professionnels qui veulent se positionner dans le réseau. Ces usagers réutilisent davantage l'information et le partage de ce contenu leur permet de se positionner dans leur réseau. Ce type de profil inclut des répondants qui travaillent pour des institutions gouvernementales et souhaitent élargir leur champ d'action en initiant des collaborations à un niveau international. Au sujet de leur perception de l'outil, à savoir s'il est un blogue ou non, la plupart nous ont dit que cela avait peu d'importance. Clairement, leur intérêt se situe davantage au niveau des contenus, peu importe la formule.

Enfin, le dernier profil regroupe des répondants qui cumulent plusieurs usages et regroupent notamment des professionnels intéressés par les TICs qui sont actifs en TC. Dans la plupart des cas, ces participants utilisent le blogue pour les trois usages principaux ayant été observés soit, pour chercher et consulter de l'information, pour trouver de l'information et la rediffuser aux autres et pour alimenter le contenu d'un portail ou d'un blogue. Toutefois, ils ne vont généralement développer qu'un seul mode d'appropriation : le blogue comme modèle de transfert de connaissances ou comme base de connaissances. Chez un seul de nos répondants, on retrouve tous les modes d'appropriation que nous avons identifiés. Ce qui est intéressant est que, sur le plan professionnel, ce répondant occupe une position hybride, c'est à dire qu'il a été placé dans la catégorie des professionnels/gestionnaires du réseau de la santé, mais qu'il est aussi un professionnel intéressé par les TICs et actif en TC. Ceci fait qu'il regarde l'outil et le contenu sous deux regards différents. Dans sa position face au contenu, l'on ressentait son statut de professionnel/gestionnaire de la santé. Par ailleurs, lorsqu'il était temps de discuter de l'outil, ses propos tenus mettaient en évidence son statut d'expert en transfert de connaissances.

Par le biais des questions portant sur les usages du blogue, nous avons découvert que, pour certains usagers, il existe parfois un lien entre la façon dont les répondants se représentent l'outil (la perception de celui-ci) et l'usage qu'ils en font. Il semble également que pour certains usagers l'appropriation du blogue revêt un aspect identitaire. Plusieurs répondants considèrent en effet que le blogue HINNOVIC est un outil fait pour des professionnels comme eux, qui travaillent dans le réseau de la santé comme professionnel/gestionnaire ou dans les communications tel que l'exprime Robert J., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé :

C'est un site qui est structuré habilement pour rejoindre un certain type de clientèle. Particulièrement, les gens qui gravitent autour du milieu de la santé et des services sociaux, les milieux de recherche associés et le milieu de l'éducation et, plus largement, pour ceux qui gravitent autour des affaires sociales.

Il nous semble ainsi probable, mais nous n'avons guère exploré cette dimension dans nos entrevues, que l'utilisation même du blogue participe de la construction du sentiment d'appartenance à une communauté regroupant des professionnels du réseau de la santé et des chercheurs en santé, intéressés par les innovations et les TICs. C'est ce que soulignait clairement l'un de nos répondants pour qui les usages et les modes d'appropriation du blogue HINNOVIC, mais aussi de l'information en ligne de manière plus générale, semblent contribuer à la construction de son identité professionnelle.

Ah, moi je diffuse pas mal. Mon but c'est de la diffuser [l'information]. Je suis plutôt quelqu'un qui a cette errance naturelle à aller lire des choses, à voir des choses et après essayer de la diffuser pour susciter des réactions.

(Mikaël P., professionnel/gestionnaire dans le réseau de la santé).

Cette section sur la présentation des quatre profils d'usage que nous retrouvons parmi nos répondants nous a permis de reconsidérer les pratiques du blogue HINNOVIC en fonction des contextes professionnels des répondants et d'ajouter certaines notions que nous n'avions pu aborder dans les autres sections, notamment le lien entre les représentations du blogue et l'identité professionnelle. Ceci complète donc la présentation de nos résultats qui feront l'objet d'une discussion dans la section suivante.

CHAPITRE V

DISCUSSION

Dans ce dernier chapitre, nous présentons les points saillants de notre recherche dont l'objectif était de comprendre comment les usagers réguliers du blogue HINNOVIC utilisent et s'approprient l'outil et le contenu qui y circule. Nous nous attarderons sur quatre éléments centraux dans notre travail : les usages du blogue HINNOVIC et leur construction, les modes d'appropriation de cet outil de transfert de connaissances sur les innovations médicales, le statut perçu du blogue HINNOVIC et, plus largement, des blogues institutionnels en santé et, finalement, les méthodologies permettant de cerner les usages de ce type de plateforme. Nous présentons également certaines recommandations qui émanent de nos résultats et ont souvent été émises par les usagers rencontrés.

Cette discussion sera aussi l'occasion de revenir sur certaines des questions soulevées dans le cadre de notre problématique : Les blogues sont-ils des outils de communication efficaces pour le transfert de connaissances scientifiques ? Permettent-ils réellement aux usagers d'échanger et d'interagir entre eux et avec les éditeurs ? Sont-ils des espaces propices pour développer la collaboration et le savoir collectif ? Enfin, comment ces blogues institutionnels sont-ils perçus par les usagers ? Ceux-ci les distinguent-ils des sites plus traditionnels ?

5.1. L'appréciation du blogue : Une condition à la construction des usages

Nos résultats montrent que le processus de construction des usages du blogue comprend plusieurs étapes en commençant par la découverte de l'outil, ensuite, le

développement d'une pratique et s'ensuivent différents modes d'appropriation. Plusieurs éléments sont à prendre en compte dans le développement de cette pratique d'usage. Par exemple, nous avons montré qu'à l'étape où l'intérêt face à l'outil se développe, le contenu et le format diversifié (texte, audio, vidéo) de présentation de l'information jouent un rôle particulièrement important. Les usagers se réfèrent à ces dimensions pour expliquer leur retour sur le site. Pourtant, ils privilégient très largement le format écrit mais apprécient d'avoir un choix de différents formats de contenus, cette diversité constituant peut-être un gage de la qualité du blogue. Le sentiment d'avoir le choix du format de l'information favorise peut-être aussi l'appréciation de l'expérience de navigation.

L'intérêt pour le blogue HINNOVIC est aussi à mettre en lien avec son contexte d'utilisation, qui est avant tout professionnel et varie selon les utilisateurs, montrant que différents publics, dans différents contextes de travail, construisent différentes façons d'utiliser la plateforme. Ceci nous permet de revenir sur l'importance d'étudier le contexte, un élément ayant été largement exposé par les *Cultural Studies*, en passant par les travaux de Certeau et les approches socioculturelles tel que nous l'avons souligné dans le cadre du chapitre II présentant notre cadre conceptuel.

Si les usages du blogue HINNOVIC s'inscrivent généralement dans un contexte professionnel, les participants soulignaient aussi leur intérêt personnel pour l'information, témoignant du caractère très perméable et souvent imbriqué de ces deux univers, rapprochement qui est favorisé par le développement des TICs. L'arrivée des TICs et le caractère de plus en plus mobile de l'accès à Internet contribuent en effet à brouiller les frontières entre public et privé (Chambat et Paillart, 1995, p.74). Il aurait été intéressant de cerner les modes d'utilisation du blogue des membres des associations de patients, qui tout en vivant une problématique personnelle, se mobilisent pour porter leur cause dans l'espace public.

Pour ce qui est des usages en tant que tels du blogue HINNOVIC, nous en avons identifié cinq principaux : chercher et consulter de l'information, trouver de l'information et la rediffuser aux autres, alimenter le contenu d'un portail ou d'un blogue, observer le développement et l'évolution de l'outil, l'utiliser comme modèle, lire ou émettre des commentaires sur le blogue. Nous constatons par ailleurs que ces usages et les significations

qui leur sont associées se construisent au fur et à mesure des interactions entre l'objet et le milieu dans lequel le blogue est utilisé.

Après avoir questionné les participants sur leurs usages, nous leur avons demandé de formuler des suggestions pour améliorer le blogue. Celles-ci concernent plusieurs aspects comme par exemple, la navigation sur le blogue, l'actualisation des contenus, la mise en contexte des dossiers, et la section «commentaires» et enfin, la nécessité d'établir un partenariat avec d'autres collaborateurs du réseau. Au sujet de la navigation, certains usagers semblent considérer qu'elle n'est pas toujours évidente et aimeraient que l'information soit réorganisée, notamment en ce qui concerne les dossiers, dans le but de les rendre plus repérables et afin de faciliter l'accès aux archives. Nous constatons que des situations similaires existent sur d'autres plateformes de ce type (Drouin et Lapointe, 2007). Les blogues visent une présentation antéchronologique de l'information, mais avec leur maintien dans le temps, une accumulation d'information s'opère et l'outil devient une véritable base de connaissances. En contrepartie, il devient plus difficile de s'y retrouver. De ce fait, une architecture plus traditionnelle (caractéristique des sites organisés par sections) s'impose or les plateformes de type blogue ne la facilitent pas. C'est selon nous une des limites des blogues, notamment ceux qui visent un partage d'informations vers lesquelles les usagers peuvent revenir à tout moment. Ces blogues sont-ils faits pour durer ?

En ce qui concerne les contenus, des répondants nous ont indiqué qu'ils apprécieraient une mise à jour plus fréquente. De plus, les répondants ont fait savoir qu'il serait judicieux de favoriser le développement du lien en ligne-hors ligne, en organisant d'autres activités rattachées au blogue. Une suggestion était d'utiliser un média (une émission de radio par exemple) pour établir un partenariat avec d'autres acteurs du réseau qui travaillent sur les mêmes thématiques. Enfin, certains participants souhaitent sentir davantage la présence de la personne instigatrice du projet et auraient aimé qu'elle s'adresse à ses visiteurs plus directement, ce qui contribuerait selon eux, à la personnalisation de l'information. Des participants nous ont également suggéré de mieux présenter les contributeurs du blogue pour favoriser la compréhension de l'opinion présentée. Les usagers semblent donc désirer que les acteurs du blogue soient encore plus présents et mieux définis. Le développement du Web 2.0 permet une multiplication des contenus disponibles et on voit

émerger différents acteurs qui offrent de nouvelles médiation vers l'information, c'est un peu le cas d'HINNOVIC, comme l'a souligné Eysenbach (2008). Nos résultats semblent indiquer que pour permettre au public d'accorder sa confiance à ces agrégateurs, il est important de bien les identifier. Par ailleurs, le format «blogue» s'est avant tout développé avec les blogues personnels où la personnalisation de l'information est très grande (Klein, 2007), il semble que le public recherche cette formule même lorsque les plateformes sont opérées par des organisations. .

5.2 Modes d'appropriation d'un blogue de transfert de connaissances sur les innovations médicales

Dans le cadre de cette recherche, nous mettons en évidence la diversité des modes d'appropriation et montrons que ceux-ci sont en lien direct avec les contextes professionnels des usagers. Ces modes d'appropriation englobent plusieurs types d'usages (recherche d'information, diffusion d'information, alimentation du contenu d'un portail ou d'un blogue, observation des caractéristiques de l'outil et de son évolution, lecture et rédaction de commentaires sur le blogue), qui ne sont pas exclusifs à un mode d'appropriation et peuvent revêtir une signification différente pour les usagers.

Le premier mode d'appropriation du blogue HINNOVIC, et le plus répandu parmi nos participants, est son utilisation comme base de connaissances. Les travaux de Boulos et Wheeler (2007) et Chuan Chuan Lin (2007) soulignent que les blogues constitueraient des outils favorisant le transfert de connaissances et c'est effectivement ce qui se dégage de nos résultats. On voit en effet que le blogue HINNOVIC permet la diffusion des connaissances scientifiques entourant les innovations médicales, qui peuvent être intégrées dans les pratiques professionnelles de plusieurs manières (individuellement ou collectivement) et ce d'autant plus que l'outil est géré par une équipe québécoise et qu'il fait appel à des informations, des référents et des pratiques culturelles auxquels peuvent s'identifier les participants. De plus, le blogue est perçu comme un espace où les usagers peuvent lire ou écouter ce que les scientifiques ont à dire dans un langage et des formats accessibles.

Deuxième constat, le blogue est utilisé comme une base de référence et le fait que les contenus soient rédigés par des experts (chercheurs) constitue un gage important de leur validité. Nos participants visitent le blogue pour avoir accès à des experts de plusieurs disciplines (Drouin et Lapointe, 2007). Ils y vont aussi pour trouver un état des lieux complet sur différents dossiers controversés et être informés du débat entourant les innovations, celui-ci n'étant pas toujours si facile d'accès. Le blogue sert donc d'espace de référence à la fois concernant les connaissances mais aussi le débat social en cours (Drouin et Lapointe, 2007).

Le troisième mode d'appropriation consiste à utiliser le blogue comme un outil de réseautage. Il permet ainsi à plusieurs usagers de se positionner dans une communauté qui réfléchit aux innovations médicales, et pour certains, d'y faire cheminer des dossiers. Les contenus des blogues ont pour vocation de circuler (Drouin et Lapointe, 2007) et c'est effectivement ce que nous avons observé. Cette pratique semble aussi permettre d'établir des connections avec d'autres blogueurs, contribuant à la création de communautés de blogueurs (Adams, 2008). Ce sentiment de faire partie d'une communauté d'experts ressort d'ailleurs chez certains de nos répondants, mais elle semble toutefois surtout opérer hors ligne, lors des conférences, etc.

Enfin, le blogue est utilisé comme modèle de transfert des connaissances. L'utilisation des plateformes du Web 2.0 comme outil de partage de connaissances est assez récente, notamment, dans le domaine de la santé. Il n'est donc pas surprenant que ceux qui s'engagent dans ces pratiques observent les activités d'acteurs dans leur domaine. Leur questionnement porte aussi bien sur l'organisation et le choix des sujets que sur les formats de l'information.

Au travers de ces différents modes d'appropriation du blogue HINNOVIC, les usagers opèrent des choix dans les contenus diffusés, les sauvegardent, les rediffusent. On voit ainsi qu'ils se saisissent de l'objet technique et en exploitent les ressources en fonction de leurs besoins (Akrich et Boullier, 1990). Toutefois, ces usages sont assez conformes à ce qui est généralement répertorié dans les études sur les blogues (Adams, 2008; Klein, 2007) et à ce qu'avait envisagé l'équipe HINNOVIC, à l'exception des commentaires qui se font rares. On n'assiste pas, par exemple, au détournement de la ressource, ni même véritablement

à son déplacement (Akrich et Boullier, 1990), sauf peut-être dans le cas des usagers qui l'utilisent comme modèle de transfert de connaissances.

En terminant cette discussion sur les usages et les modes d'appropriation que met en évidence notre analyse, nous souhaiterions revenir sur la typologie que propose Haythornthwaite (2009) des logiques de participation qui ont cours dans les communautés en ligne. L'auteure distingue les espaces d'échange s'inscrivant dans une logique de communauté, témoignant d'une réelle adhésion à un projet et impliquant un lien fort de ceux qui s'insèrent plutôt dans une logique de réseau où les individus circulent sans nécessairement faire partie d'un groupe ou s'identifier à lui. Nos résultats montrent que le blogue HINNOVIC s'inscrit plutôt dans une logique de réseau comme en témoignent les liens faibles entre les participants, ainsi qu'entre les participants et les contributeurs. La possibilité pour les visiteurs de laisser des commentaires visibles aux autres visiteurs pourrait ajouter une dimension collective et même favoriser la constitution d'un sentiment de communauté, mais ces fonctionnalités sont peu exploitées. Ainsi, comme le soulignent Breton et Proulx (2006), il n'y a pas toujours une dimension collective ou politique dans le phénomène d'appropriation des TICs. Dans certains cas, comme pour le blogue HINNOVIC, nous nous retrouvons surtout face à une volonté «individuelle» d'appropriation de nouvelles connaissances à des fins d'épanouissement personnel ou d'acquisition d'une compétence professionnelle. Cette perspective est surtout présente chez les répondants faisant partie du profil d'usage de type organisationnel et plus particulièrement ceux de la variante «junior dans la profession».

5.3 Quel statut pour le blogue HINNOVIC et les blogues institutionnels en santé ?

Nous avons présenté au début de la recherche HINNOVIC comme un blogue institutionnel qui propose des discussions autour de thématiques relatives aux innovations en santé et qui est animé par un groupe de chercheurs, ce qui amenait à le rapprocher des blogues scientifiques. Pour les usagers que nous avons rencontrés, l'attrait principal pour le blogue HINNOVIC est essentiellement lié à l'originalité de la formule, soit la présentation de

points de vue différents et parfois critiques sur les innovations médicales. De plus, le blogue est jugé crédible puisqu'il retransmet le point des vue d'experts.

Il s'agit là d'une combinaison que l'on ne retrouve pas fréquemment dans les blogues personnels et qui n'est pas forcément présente dans les blogues institutionnels qui, souvent, n'expriment pas différentes perspectives scientifiques. On la retrouve un peu plus dans les blogues scientifiques (Klein, 2007; Drouin et Lapointe, 2007). Cette formule semble par contre caractéristique de plusieurs blogues du domaine de la santé émanant d'équipes universitaires ou d'experts du domaine comme, par exemple, les blogues créés dans ces dernières années, par l'Institut Douglas pour la santé mentale (<http://www.douglas.qc.ca/douglas2/blogs>), le Bureau de soutien à la communication de l'Institut en santé publique (http://www.espacecom.qc.ca/les-breves/Bloque_politiques_publicques_sante.aspx), l'axe Internet et santé du Réseau de recherche en santé des populations du Québec (<http://blogsgrms.com/internetsante/>), le blogue «C'est malade» du Centre de recherche sur la communication et la santé (ComSanté) de l'Université du Québec à Montréal (<http://www.grms.uqam.ca/>) et celui de l'Association pour la santé publique du Québec (<http://www.aspq.org/fr/blogue>). Ceux-ci présentent souvent différents points de vue sans nécessairement prendre position, leurs objectifs étant surtout de partager connaissances et expertises au moyen d'un blogue, soit d'un outil de transmission simple et efficace. Ces différents blogues institutionnels en santé cherchent notamment à éduquer la population ou plus souvent des publics professionnels spécifiques sur des enjeux de santé, à alimenter la réflexion entourant des questions de santé publique en s'appuyant sur des études et des modèles scientifiques et surtout, à recenser toute l'information dans un lieu accessible. Il semble donc que l'on assiste à une nouvelle version de blogues et il serait intéressant de mieux caractériser les spécificités de ces plateformes et cerner leurs modes d'utilisation et d'appropriation par différents publics. Réaliser une étude comparative de plusieurs blogues institutionnels de ce type permettrait ainsi d'affiner les typologies existantes des blogues dans le domaine de la santé (Legros, 2009).

Cette interrogation sur le statut du blogue HINNOVIC est partagée par nos participants pour qui le statut du blogue reste un peu flou et ne fait pas l'unanimité, notamment parce qu'il est géré par une institution scientifique. Certains se questionnent

d'ailleurs à savoir s'il s'agit réellement d'un blogue et sur la nécessité ou non d'une ligne éditoriale claire (entendre prise de position).

Un autre aspect qui amène les répondants à questionner le statut du blogue HINNOVIC est le manque d'interactivité. En effet, si les plateformes de blogue ouvrent la possibilité d'interactions entre l'éditeur et les contributeurs, d'une part, et entre les visiteurs, d'autre part, ceux-ci pouvant laisser des commentaires auxquels les contributeurs ont la possibilité de répondre, ce n'est pas véritablement ce que nous avons observé. Dans le blogue HINNOVIC, les espaces interactifs (section «commentaires») sont assez peu utilisés, sauf concernant les techniques de FIV, particulièrement controversées. Les usagers que nous avons questionnés n'apportaient aucun complément d'information sur le blogue parce qu'ils ne ressentaient pas le besoin de le faire ou parce qu'ils ne se considéraient pas assez «experts» pour écrire un commentaire. Plusieurs signalaient ainsi qu'ils se sentiraient plus à l'aise de faire des commentaires lorsque les thématiques les touchent particulièrement et sont controversées. Un point important que nous avons tenu à souligner concernant la faible participation des usagers via les commentaires est que, celle-ci résulte selon nous, avant tout du volume de trafic qui reste encore limité.

Les répondants qui ont souligné l'importance de favoriser la participation des usagers, proposent d'ajouter de nouvelles fonctions à la section «commentaires», qui impliqueraient moins l'utilisateur et lui prendraient moins de temps pour donner son avis. Il s'agit ici de stimuler les interactions d'une autre façon car nos résultats démontrent clairement que cette section est appréciée. Il serait par exemple possible d'ajouter des boutons «j'aime/j'aime pas» ou de proposer de courts sondages (comme «qu'est-ce que vous en pensez ?» sur la question X). Les participants ont également suggéré de solliciter l'avis du public pour compléter l'avis des experts, ce qui permettrait d'enrichir l'expertise comme le proposent les nouveaux courants qui traversent la littérature en transfert de connaissances (Adams, 2008). Toutefois, dans sa forme actuelle, le blogue ne semble pas véritablement permettre un contact plus facile entre experts et profanes, contrairement à ce que suggère la littérature (Adams, 2008; Klein, 2007).

Ces différents constats nous amènent à revenir sur le postulat avancé dans notre cadre théorique selon lequel Internet, et plus particulièrement le Web social, se caractérise par

l'affirmation d'une «culture participative» (Jenkins, 2006 cité dans Millerand, Proulx et Rueff, 2010 p.2). En effet, nous constatons que le souhait des usagers est d'en faire un outil qui se développe dans ce sens mais que dans les faits, ils n'y participent pas réellement. Nos observations vont dans le sens des résultats de l'étude américaine Pew Internet (Fox et Jones, 2009), qui porte sur les usages personnels en santé, et montre que peu d'individus participent activement aux espaces d'échange que sont les blogues et les forums, se contentant pour la grande majorité de les lire. De la même manière, sur le blogue HINNOVIC, la transmission de l'information ne se fait que dans un sens; l'utilisateur reçoit l'information et la fait parfois circuler, mais il ne la transmet pas aux éditeurs ou vers les autres visiteurs du blogue. Si l'interactivité est constitutive du blogue (Klein, 2007) et contribue au développement des connaissances en santé (ces espaces permettant l'émergence de ce que l'on qualifie «d'intelligence collective»), nos données empiriques ne vont pas dans ce sens. Plusieurs hypothèses peuvent être soulevées : Peut-être est-ce parce que le blogue HINNOVIC n'est pas perçu comme un blogue, peut-être est-ce lié au statut des blogues institutionnels et scientifiques ? Peut être aussi que les usagers ne se sentent pas assez qualifiés en la matière pour émettre des commentaires, comme nous l'avons soulevé précédemment. Peut-être n'ont-ils pas le temps d'émettre un avis suffisamment documenté ? Peut-être enfin n'y a-t-il pas assez de trafic pour que les usagers contribuent.

5.4 Comment cerner les usages d'un blogue ?

Pour étudier les usages et les modes d'appropriation du blogue HINNOVIC, nous avons privilégié une approche qualitative et mobilisé plusieurs méthodes : quelques moments d'observation du blogue en tant que tels, une participation à certaines réunions de l'équipe qui l'anime et des entrevues semi-dirigées avec certains usagers réguliers. Si les méthodes retenues s'avèrent généralement efficaces pour cerner les usages du blogue, l'entrevue présente toutefois quelques limites. Les utilisateurs ont notamment des difficultés à estimer leur fréquentation et à décrire précisément leur parcours de navigation. Dans les entretiens, la discussion avait en effet souvent tendance à se diriger vers des propos qui abordaient davantage l'appréciation ou la critique de l'outil ou du contenu plutôt que la description

concrète de leur pratique d'utilisation. Comment cerner *effectivement* ce que les gens font avec les objets techniques (Proulx, 2005) ?

Ces limites nous ont amenée à réfléchir à d'autres méthodes pour saisir les usages d'une ressource blogue, voire d'un espace d'échange quel qu'il soit. On pourrait par exemple, placer une caméra chez les individus ou un module sur leur ordinateur, qui permettrait d'enregistrer leur session. Toutefois, il faut prendre en compte que ces méthodes sont plus complexes à mettre en place. Comme autre alternative pour nous permettre de cerner avec plus de précision la fréquentation et décrire le parcours de navigation des usagers, on suggère la méthode du «think-aloud» qui consiste à expliquer devant le chercheur comment il navigue, ce qu'il cherche comme information et commenter ce qu'il trouve (Bos et al., 2004). Il serait aussi possible de confier aux participants, un journal dans lequel ils noteraient leurs activités de navigation. Ces méthodes devraient être combinées à la tenue d'entrevues en profondeur qui sont nécessaires pour comprendre la construction de sens autour des usages. Entrer en contact avec les opinions, les ressentis, les attentes et les suggestions des usagers, semble en effet nécessaire si l'on veut faire émerger la figure de l'utilisateur ?

Notre recherche présente aussi des limites liées au fait que notre échantillon était réduit et surtout pas suffisamment diversifié pour nous permettre de prétendre atteindre un niveau de saturation théorique. Nous n'avons notamment pas été en mesure d'inclure dans notre échantillon des représentants d'associations de patients, qui consultent le blogue concernant certaines thématiques en lien avec les intérêts. Nous avons en effet expérimenté beaucoup de difficultés à recruter des répondants auprès de certains des publics-cibles du blogue, particulièrement au niveau des associations de patients. Or, on peut imaginer que leur mode d'appropriation du blogue HINNOVIC soit un peu différent. Il est possible que leurs représentants ne consultent pas le blogue sur une base régulière, mais viennent plutôt le consulter lorsqu'il y est question des innovations qui les concernent directement.

Nous souhaitons terminer cette discussion en proposant d'autres pistes intéressantes de recherche pour développer davantage l'expertise reliée au champ d'étude des pratiques d'usage des blogues institutionnels en santé. Les nouvelles technologies sont en pleine expansion et ce territoire n'a été que peu exploré. Chaque outil possède une multitude de spécificités qui lui sont propres et c'est en partie ce que nous avons pu comprendre en

élaborant ce projet de recherche. Le blogue, malgré son apparente simplicité, devient un outil complexe lorsqu'on cherche à l'étudier. En plus de dresser une typologie des blogues institutionnels scientifiques, tel que nous l'avons déjà suggéré, il serait intéressant de mener des projets pour comprendre comment ces espaces pourraient être mieux investis pour favoriser la collaboration et le savoir collectif. Finalement, nos résultats ont fait ressortir que le blogue participe, entre autres, à une volonté individuelle d'appropriation de nouvelles connaissances à des fins d'acquisition d'une compétence professionnelle. Il serait intéressant de cerner plus finement encore ce processus d'appropriation et de comprendre comment ce savoir est redistribué ou réutilisé dans la pratique professionnelle, notamment en procédant à des études longitudinales des usages.

CONCLUSION

Notre revue de la littérature portant sur l'univers des blogues et des autres initiatives en transfert et échange de connaissances que l'on retrouve sur le Web souligne le potentiel des plateformes du Web 2.0 pour favoriser l'appropriation collective de l'information et l'émergence de nouvelles formes d'expertise. Le Web 2.0 a permis l'émergence de certaines applications comme les blogues qui ont connu une ascension fulgurante notamment parce qu'elles permettent une actualisation simple des contenus. Ces espaces favorisent le transfert de connaissances en regroupant sur une même plateforme plusieurs formats d'information (billet, présentation audio et vidéo,...). De plus, ils se distinguent d'un site Web traditionnel par leur caractère interactif, les usagers pouvant participer au développement du site notamment en ajoutant des commentaires. Avec le temps, les blogues se sont multipliés à un rythme exponentiel. On en retrouve maintenant différents types, chacun ayant ses caractéristiques spécifiques et ses objectifs propres. Les blogues scientifiques et les blogues institutionnels en sont des exemples.

Ces objets ont fait l'objet de certaines études dans lesquelles on s'interroge par exemple, sur l'importance d'encourager le développement de ce type de plateformes. Cependant, les usages en tant que tels restent peu explorés, notamment en ce qui concerne les blogues institutionnels et scientifiques. Par conséquent, nous ne savons toujours pas ce que les gens font réellement avec l'information diffusée ni avec l'outil technique comme tel. Notre recherche avait donc pour objectif de mieux comprendre les différentes utilisations d'un blogue qui diffuse de l'information sur les innovations en santé en prenant connaissance des éléments qui permettent aux usagers de construire une pratique d'utilisation.

Pour construire le cadre théorique de cette recherche, nous nous sommes inspirée des travaux sur les usages et l'appropriation des objets techniques. Ainsi, nous avons adopté une

posture mettant l'accent sur le rôle actif de l'utilisateur dans la construction des usages et des significations qui leur sont associées, et soulignant l'importance du contexte d'usage.

Sur le plan méthodologique, nous avons privilégié une approche qualitative et avons, en plus de quelques moments d'observation au début de la recherche, utilisé des entrevues semi-dirigées comme technique de recueil de données selon trois modes, par téléphone, en face-à-face et par Skype. Nous avons réalisé un total de quinze entrevues auprès d'utilisateurs réguliers du blogue HINNOVIC.

Nos résultats, en plus de montrer comment se construisent les différents usages du blogue HINNOVIC et la nature de ces usages (recherche d'information, diffusion d'information, alimentation du contenu d'un portail ou d'un blogue, observation des caractéristiques de l'outil et de son évolution, lecture et rédaction de commentaires sur le blogue), mettent en évidence quatre modes d'appropriation englobant chacun plusieurs types d'usage.

Ces modes d'appropriation (base de connaissances, base de référence, outil de réseautage et de lobbying et modèle de transfert des connaissances) sont en lien avec les occupations professionnelles des participants et semblent, pour certains, contribuer à la construction de leur identité professionnelle.

Cette recherche constitue une avancée sur le plan des connaissances puisqu'elle a été l'occasion de mieux documenter les usages d'un blogue institutionnel et scientifique par différents publics, question qui a été peu explorée jusqu'à maintenant. Elle a aussi permis de comprendre plus finement le processus de développement d'une pratique d'usage et l'appropriation d'un blogue scientifique et institutionnel dont le statut reste flou pour les utilisateurs. Nos résultats mettent en évidence les éléments participants à la construction de la valeur et de la crédibilité d'un tel outil pour les utilisateurs. Finalement, la recherche pourra être utilisée par l'équipe HINNOVIC pour contribuer au développement du blogue HINNOVIC.

APPENDICE A

CAPTURES D'ÉCRAN


[Blog](#) [Welcome](#) [Team](#) [Partners](#) [Suggestions](#)
[english](#) [français](#)

Topic of the month

[In vitro fertilization](#)

Previous Topics

- » Stem cells
- » Low birth weight babies
- » Information technologies and health
- » Assistive devices
- » Information technologies and

Categories

- » Topic of the month (8)
- » Video (20)
- » Audio (14)
- » Screening and tests (13)
- » Vaccines (9)
- » Drugs (4)
- » Surgery and devices (23)
- » Information technology (10)
- » Evaluation and policy (37)
- » Health care system (20)
- » Innovations (34)

Archives

Select Month

Topic of the month La fécondation in vitro



d'assurance-santé?

Actuellement, au Canada, il en coûte environ 10 000\$ pour un cycle de fécondation in vitro (FIV), c'est-à-dire la stimulation hormonale des ovaires, la ponction des multiples ovocytes produits, la préparation du sperme, la fécondation in vitro elle-même, le transfert d'embryon(s) dans l'utérus, le suivi médical à chacune de ces étapes et la congélation des embryons produits en surplus. Faut-il alors se surprendre de l'hésitation - ou du refus - d'autorités publiques de financer les pratiques de FIV par le biais des régimes publics

[more...](#)

Qu'est-ce que la fécondation in vitro ou FIV?



La «fécondation *in vitro*» n'est pas un terme générique pour l'ensemble des techniques d'assistance à la procréation. Il s'agit d'une technique parmi d'autres. Par ailleurs, les seuls termes «fécondation *in vitro*» ne décrivent pas, et loin de là, la totalité de la technique, mais seulement une de ses étapes.

[more...](#)

Culture as Shaping Public Policy: Public Funding of IVF in Israel



The regulation of IVF is a complex and sensitive matter in every country. The ever rising cost of healthcare forces countries with national health insurance systems to make tough choices about which services deserve public funding. In light of the need to prioritize, IVF often raises difficult issues.

[more...](#)

Risques, succès, techniques et financement de la FIV : entrevue avec Jacques Kadoch



Le Dr Jacques Kadoch de la Clinique de fertilité montréalaise Ovo s'entretient avec notre journaliste, Helena Urfer, des pratiques actuelles de fécondation in vitro. Il expose les changements survenus depuis

Content Policy

- » [Hinnovic's bilingual content policy](#)

Links

- » [Changemakers](#)
- » [OneWorld Health](#)
- » [CHSRF](#)
- » [To contact the Editor](#)
- » [Ulysses Program](#)

Infoletter

- » [Stay connected, subscribe!](#)

Subscribe

- » [Site Admin](#)
- » [Logout](#)
- » [Entries RSS](#)
- » [Comments RSS](#)

Special file

- » [Clips from the 2008 Communication Workshop are now online! \(french content\)](#)



HTA&M Training

- » [Now recruiting 5th cohort!](#)




[Blog](#) [Welcome](#) [Team](#) [Partners](#) [Suggestions](#)
[english](#) [français](#)

Topic of the month

[In vitro fertilization](#)

Previous Topics

- Stem cells
- Low birth weight babies
- Information technologies and health
- Assistive devices
- Information technologies and

Categories

- Topic of the month (8)
- Video (20)
- Audio (14)
- Screening and tests (13)
- Vaccines (9)
- Drugs (4)
- Surgery and devices (23)
- Information technology (10)
- Evaluation and policy (37)
- Health care system (20)
- Innovations (34)

Archives

[Select Month](#)

Médecine et éthique aux limites de la viabilité : entrevue avec Antoine Payot



Helena Urfer et le Dr Antoine Payot néonatalogiste au Centre hospitalier universitaire Sainte-Justine de Montréal font un tour d'horizon des problématiques liées à la grande prématurité. Ils discutent entre autres des enjeux éthiques entourant les actes médicaux sur les bébés de très petit poids. La participation des parents aux processus de décision est aussi abordée, ainsi que les aspects sociaux, les coûts et le devenir de ces enfants dans nos sociétés.

Antoine Payot sur la médecine et l'éthique aux limites de la viabilité



(Durée : 20 min. 5s.)

(Veuillez patienter. La lecture de l'extrait devrait démarrer automatiquement après quelques secondes)

[\(Vous éprouvez des difficultés à visionner l'extrait?\)](#)

Adresse vidéo directe: <http://www.mediaenligne.umontreal.ca/med/lehoup/Coffee/Ent>

[Retournez au sommaire sur](#)
Prématurés et bébés de petits poids

Invité : Antoine Payot, M.D., Ph.D.
pédiatre, néonatalogiste
CHU Sainte-Justine
professeur adjoint de pédiatrie
Université de Montréal

Journaliste : Helena Urfer, M.Sc.

© January 18, 2009 by Helena Urfer - Category: Surgery and devices Video

Leave a Reply

You must be logged in to post a comment.

← [Low birth weight babies](#) : Life stories

[Dilemmes éthiques et décisions de vie et de mort en réanimation néonatale : une enquête comparative France-Etats-Unis](#) →

Content Policy

➤ [Hinnovic's bilingual content policy](#)

Links

- [Changemakers](#)
- [OneWorld Health](#)
- [CHSRP](#)
- [To contact the Editor](#)
- [Ulysses Program](#)

Infoletter

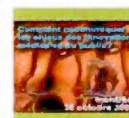
➤ [Stay connected, subscribe](#)

Subscribe

- [Register](#)
- [Login](#)
- [Entries RSS](#)
- [Comments RSS](#)

Special file

➤ [Clips from the 2008 Communication Workshop are now online!](#) (french content)



HTA&M Training

➤ [Now recruiting 5th cohort!](#)

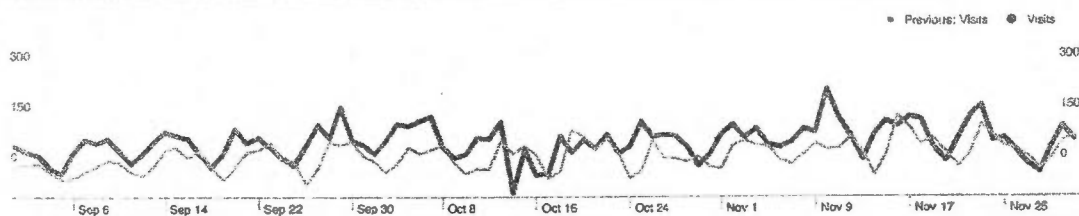


APPENDICE B

RAPPORT DE GOOGLE ANALYTICS

www.hlnnovic.org
Dashboard

Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010
Comparing to: Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009



Site Usage

10,021 Visits

Previous: 7,505 (-33.52%)

16,278 Pageviews

Previous: 11,829 (5.77%)

1.62 Pages/Visit

Previous: 1.98 (-17.75%)

77.89% Bounce Rate

Previous: 71.70% (8.63%)

00:01:26 Avg. Time on Site

Previous: 00:02:11 (-39.94%)

82.46% % New Visits

Previous: 78.20% (5.44%)

Traffic Sources Overview

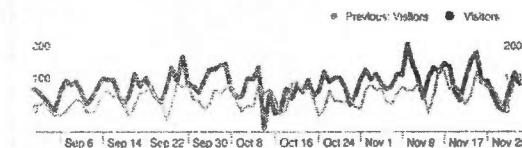


■ **Search Engines**
6,902.00 (68.88%)
■ **Referring Sites**
1,741.00 (17.37%)
■ **Direct Traffic**
1,378.00 (13.75%)

Map Overlay



Visitors Overview

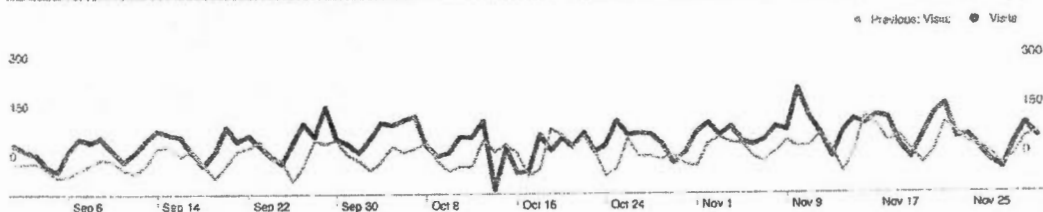


Visitors
8,448

www.hinnovic.org

Traffic Sources Overview

Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010
Comparing to: Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009



All traffic sources sent a total of 10,021 visits

13.75% Direct Traffic

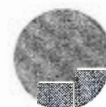
Previous: 15.10% (-8.91%)

17.37% Referring Sites

Previous: 15.75% (+10.13%)

68.88% Search Engines

Previous: 69.13% (-0.36%)



■ Search Engines
6,902.00 (68.88%)
■ Referring Sites
1,741.00 (17.37%)
■ Direct Traffic
1,378.00 (13.75%)

Top Traffic Sources

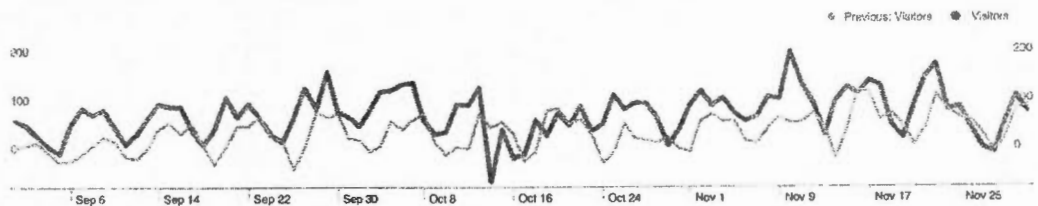
Sources	Visits	% visits	Keywords	Visits	% visits
google (organic)			virage ambulatoire		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	6,549	65.35%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	84	1.22%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	4,848	64.60%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	32	0.62%
% Change	35.09%	1.17%	% Change	62.50%	97.51%
(direct) ((none))			fecundation in vitro au quebec		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	1,378	13.75%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	81	1.17%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	1,133	15.10%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	25	0.48%
% Change	21.62%	-8.91%	% Change	224.00%	145.54%
google.com (referral)			hinnovic		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	294	2.93%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	63	0.91%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	10	0.13%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	111	2.14%
% Change	2,840.00%	2,101.85%	% Change	-43.24%	-57.34%
google.fr (referral)			dialyse peritoneale a domicile		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	220	2.20%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	48	0.70%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	17	0.23%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	27	0.52%
% Change	1,194.12%	869.20%	% Change	77.78%	35.83%
tedxmontrealquartierlatin.com (referral)			bébé petit poids		

Content Overview		
Pages	Pageviews	% Pageviews
/		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	1,172	7.20%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	1,524	10.28%
% Change	-23.10%	-29.94%
/naissances-de-petit-poids/		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	882	5.42%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	349	2.35%
% Change	152.72%	130.23%
/le-financement-de-la-fecondation-in-vitro-au-quebec/		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	781	4.80%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	1,033	6.97%
% Change	-24.39%	-31.13%
/stem-cell-research-and-the-law/		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	439	2.70%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	243	1.64%
% Change	80.66%	64.58%
/premature-and-low-birth-weight-babies/		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	305	1.87%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	216	1.46%
% Change	41.20%	28.63%

www.hinnovic.org

Visitors Overview

Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010
Comparing to: Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009



8,448 people visited this site

10,021 Visits

Previous: 7,805 (10.52%)

8,448 Absolute Unique Visitors

Previous: 6,035 (39.59%)

16,278 Pageviews

Previous: 14,829 (9.77%)

1.62 Average Pageviews

Previous: 1.88 (-17.79%)

00:01:26 Time on Site

Previous: 00:02:11 (-33.94%)

77.89% Bounce Rate

Previous: 71.70% (8.63%)

82.46% New Visits

Previous: 78.20% (5.44%)

Technical Profile

Browser	Visits	% visits	Connection Speed	Visits	% visits
Internet Explorer			DSL		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	4,866	48.56%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	3,739	37.31%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	4,813	64.13%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	2,513	33.48%
% Change	1.10%	-24.28%	% Change	48.75%	11.4%
Firefox			Cable		
Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	2,895	28.89%	Sep 1, 2010 - Dec 1, 2010	2,342	23.37%
Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	2,003	26.69%	Sep 1, 2009 - Dec 1, 2009	1,777	23.68%
% Change	44.53%	8.24%	% Change	31.60%	-1.30%

APPENDICE C

GRILLE D'ENTREVUE

Thèmes à couvrir	Sous thèmes	Questions complémentaires
	Questions «brise-glace»	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est votre occupation principale ? • Comment se déroule votre journée de travail ? • Parlez-moi de votre institution ? • Qu'avez-vous fait comme étude ?
1) Appropriation et utilisation de l'outil	Découverte du blogue	<ul style="list-style-type: none"> • Comment l'avez-vous découvert ? • Recommandation de quelqu'un ? Qui ? Sous quelle forme (courriel, verbalement) ? • Pourquoi l'avoir retenu ? • Si vous l'avez-vous découvert par vous même ? Vous cherchiez quoi ? Vous avez tapé quel mot clé ?
	Fréquence d'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> • Combien de fois par jour/semaine/mois/année • Quand consultez-vous ? À la réception de l'infolettre ? • Depuis combien de temps ?
	Contexte d'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> • Vous consultez au travail ? À la maison ? (Faire des liens avec l'occupation principale)
	Usages du blogue	<ul style="list-style-type: none"> • Pour quelle raison vous consultez le blogue HINNOVIC ? • En quoi le blogue HINNOVIC vous est utile ? • Vous l'utilisez pour faire quoi exactement, parlez moi de vos usages du blogue.
	Appréciation de l'outil	<ul style="list-style-type: none"> • Blogue ou pas blogue ? Est-ce important ?

2) Appropriation et utilisation de l'information	Appréciation de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Que pensez-vous de l'information qui circule sur le blogue HINNOVIC. • Vous choisissez de lire une information en fonction de quoi, le sujet ou la rubrique ? • Quels sont vos rubriques préférées sur le blogue HINNOVIC ? (nouveau dossier, à écouter, brèves,...) • Sur tout ce que vous avez lu sur le blogue, qu'est-ce qui a le plus retenu votre attention ? • Comment évaluez-vous la crédibilité de l'information ?
	Expérience de navigation	<ul style="list-style-type: none"> • Comment trouvez-vous l'organisation de l'information ? • Avez-vous remarqué les changements récents dans la présentation de l'information ? Si oui, qu'en pensez-vous ? Comment trouvez-vous le design du site ? • Décrivez-moi en détail une séance type de consultation du blogue, avez-vous une routine ?
	Circulation de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Que faites vous avec l'information une fois recueillie ? • Si vous la transmettez, sous quelle forme (référence, discussion, ...)? • Si vous en parlez à quelqu'un, que rapportez-vous exactement. • L'information recueillie va servir à quoi exactement (à débattre ? à divertir ?) Donnez-moi un exemple. • Vous arrive t il qu'HINNOVIC vous mène vers quelque chose d'autre, suivez vous les liens proposés ?
	Section commentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Comment trouvez-vous l'information qui s'y trouve ? • Est-ce qu'elle complète l'information que vous recherchez ? • Aimerez-vous en trouver plus ? • En écrivez-vous ?
3) Attentes et suggestions	Attentes et suggestions pour le développement futur d'HINNOVIC	<ul style="list-style-type: none"> • Y'a-t-il des sujets qui devraient être couverts par le blogue ? • Quelles seraient vos suggestions pour le développement futur

		<p>d'HINNOVIC ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participez-vous aux activités organisées par la chaire de recherche ?
4) Votre utilisation d'Internet en général		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'heure par jour/par semaine ? • À quel(s) moment(s) de la journée consultez-vous Internet ? • Quels sont vos lieux d'accès à Internet ? • Quels sont vos sites préférés ? • Quels sont les usages que vous faites d'Internet dans le cadre du travail ? • Et dans un cadre plus personnel • Consultez-vous d'autres blogues ? • Si oui, lesquels ? Y écrivez-vous des commentaires ? • Consultez-vous des forums ou communautés en ligne ? Si oui, lesquels ? Y écrivez-vous ?
	Questions pour les statistiques	<ul style="list-style-type: none"> • Quel est votre groupe d'âge ? • Quel est votre niveau de scolarité ? • Quel est votre tranche de revenu ?

APPENDICE D

MESSAGE AUX ABONNÉS DE L'INFOLETTRE

Bonjour,

Je travaille en collaboration avec l'équipe du blogue HINNOVIC pour qui je fais une recherche dans le cadre d'un mémoire de maîtrise en communication à l'UQAM.

Je me permets de vous écrire car vous êtes abonné à l'infolettre du blogue et j'aimerais vous entendre sur vos impressions du blogue ainsi que sur les usages que vous en faites. Puis-je communiquer avec vous pour vous donner de plus amples informations ? Votre participation est inestimable pour mener à bien ce projet de recherche car elle nous permettra de mieux cerner les attentes de nos visiteurs.

Merci à l'avance et au plaisir !

Stéphanie Lafleur

Candidate - Maîtrise communication de la santé Université du Québec à Montréal

APPENDICE E

ANNONCE SUR LE BLOGUE

Mot de Pascale Lehoux

Un projet de recherche sur le blogue HINNOVIC

Tel que je vous l'avais annoncé au printemps dernier, une étude qui nous permettra de mieux comprendre ce que vous pensez du site démarre. Je vous invite à y participer en grand nombre! Je crois que ça donnera lieu à des échanges super intéressants sur la place et le rôle des outils de communication dans le domaine de la santé.

Pascale Lehoux

Professeur titulaire, Département d'administration de la santé, Université de Montréal

Directrice du blogue HINNOVIC

Mot de Stéphanie Lafleur

L'objectif de ma recherche est de mieux comprendre comment les visiteurs du blogue HINNOVIC utilisent cette ressource et l'information qui y est présentée. Cette recherche s'inscrit dans le cadre d'une maîtrise en communication que je poursuis à l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

RECHERCHE DE PARTICIPANTS

Pour mener à bien ce projet, je recherche des participants acceptants d'échanger avec moi sur leur utilisation du blogue HINNOVIC. Je désire mener des entrevues d'une durée d'une heure environ dans lesquelles nous aborderons deux grands thèmes : vos usages du blogue HINNOVIC et la façon dont vous utilisez et faites ou non circuler l'information que vous y trouvez.

Les entrevues pourront se faire par Skype, par téléphone ou en face-à-face selon votre préférence. Elles seront enregistrées avec votre accord.

Cette recherche a été approuvée par le comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Les données seront traitées de façon anonyme et confidentielle.

Si vous êtes intéressés à partager vos réflexions, contactez-moi dès maintenant à l'adresse courriel suivante : lafleur.stephanie@courrier.uqam.ca.

La sélection finale des participants tiendra compte de leur diversité et de la fréquence à laquelle ils visitent le blogue HINNOVIC.

Cette recherche ne présente pas de risques particuliers. En y participant, vous contribuerez à l'avancement des connaissances portant sur les usages des nouvelles

technologies et des réseaux sociaux. Vous permettrez aussi aux concepteurs d'HINNOVIC d'améliorer le blogue et de mieux rejoindre les besoins des utilisateurs.

J'ai hâte de vous entendre !

Stéphanie Lafleur



Infirmière de profession, je possède une vaste expérience des milieux cliniques et communautaires car j'ai travaillé au Québec et à l'international. En 2008, j'ai entrepris un retour aux études pour intégrer mon expérience terrain à des connaissances scientifiques. C'est ainsi que j'ai opté pour le domaine de la santé et des communications. Mon intérêt pour les médias sociaux et les nouvelles technologies de l'information et de la communication m'a amené à travailler avec l'équipe HINNOVIC et à développer.

APPENDICE F

CAHIER DE CODIFICATION

CODES	SOUS CODES	SIGNIFICATIONS
Occupation		<i>Description du travail/occupation</i>
Cheminement académique		<i>Parcours scolaire</i>
Découverte du blogue		<i>Comment ils ont connu/entendu parler du blogue pour la première fois.</i>
Développement et maintien de l'intérêt pour l'outil		<i>L'élément déclencheur qui a permis que l'intérêt se développe et qu'un usage s'ensuive/Sur quoi et comment l'intérêt s'est maintenu avec le temps.</i>
Fréquentation	Fréquence et durée	<i>Depuis quand ils le fréquentent. À quel intervalle ils le consultent</i>
	Réception infolettre	<i>Ceux qui mentionnent fréquenter le blogue à la réception de l'infolettre.</i>
Contextes d'usage/de pratique Environnement de pratique		<i>Les différents contextes de fréquentation et d'usage du blogue</i>
Besoins professionnels exprimés		<i>Les différents besoins professionnels auxquels le blogue permet de répondre.</i>
Choix de l'information et modes de navigation		<i>Comment et pourquoi ils choisissent une information sur le blogue/Comment ils y circulent et ce qu'ils y découvrent</i>
Différents types d'usages		<i>Ce qu'ils font concrètement sur le blogue</i>
	Chercher et consulter de l'information écrite et audio	<i>À des fins personnelles, professionnelles, collectives</i>
	Chercher de l'information et la rediffuser aux autres	<i>À différents fins (informer, susciter des débats, ...)</i>
	Alimenter le contenu d'un portail ou d'un blogue	<i>Incorporation de liens hypertextes ou de contenu</i>

	Observer le développement et l'évolution de l'outil ou l'utiliser comme modèle	<i>Organisation de l'information, choix des thèmes, des formats, etc</i>
	Réagir à des contenus présentés	<i>Écrire des commentaires</i>
Différents modes d'appropriation		<i>La signification de l'usage</i>
	Base de connaissance	<i>Alimenter une curiosité personnelle/pratique professionnelle. Peut être utilisé de manière individuelle et collective.</i>
	Base de référence	<i>Savoir ce que les autres en pensent/ chercher l'avis d'experts.</i>
	Base de contenus à diffuser	<i>Pousser des dossiers dans l'espace publique politique à des fins de lobbying/ pousser une collaboration et développer une communauté d'intérêt/se positionner dans la communauté/ informer, susciter un débat, une réflexion/ alimenter une pratique.</i>
	Modèle de TC	<i>Observer le blogue comme un modèle d'utilisation du Web pour le TC.</i>
Appropriation du contenu	Dossier marquant	<i>Observer comment et pourquoi ces dossiers ont été marquants, base pour comprendre l'appropriation du contenu</i>
Appréciation	Contenu	
	Contenu (crédibilité de l'information)	
	Contenu (ligne éditoriale)	
	Contenu (replacer les choses en contexte)	
	Nouveaux changements	
	Outil/contenu	
	Design	
	Activités de la chaire	
	Commentaire	
	Section commentaire	
	Infolettre	
	Outil	
	Organisation du	

	contenu et expérience de navigation	
	Opinion sur les auteurs	
Attentes		<i>Observer les écarts, attentes comblées non comblées</i>
Suggestions		<i>Observer la perception de l'outil idéal</i>
Perception de l'outil		<i>Observer comment ils définissent l'outil (lien avec l'identité professionnelle).</i>
Perception de l'outil	Blogue ou pas	<i>Observer la perception de l'outil idéal et observer les écarts, attentes comblées non comblées</i>

APPENDICE G

CONSENTEMENT



FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT (sujet majeur)

Appropriation et usages du blogue HINNOVIC sur les innovations sociales en santé
--

IDENTIFICATION

Chercheur responsable du projet : Stéphanie Lafleur

Programme d'enseignement : Maîtrise en communication

Adresse courriel : lafleur.stephanie@courrier.uqam.ca

Téléphone : 514-660-7644

BUT GÉNÉRAL DU PROJET ET DIRECTION

Vous êtes invité à prendre part à un projet de recherche qui vise à cerner les perceptions et la façon dont les individus utilisent le blogue HINNOVIC.

Ce projet est réalisé dans le cadre d'un mémoire de maîtrise sous la direction de Christine Thoër, professeure du département de communication sociale et publique de l'UQAM ainsi que sous la co-direction de Pascale Lehoux, professeure au département d'administration de la santé à l'Université de Montréal. Mme Thoër peut être jointe au (514) 987-3000 poste 3295 ou par courriel à l'adresse thoer.christine@uqam.ca et Mme Lehoux au (514) 343-7978 ou par courriel à l'adresse pascale.lehoux@umontreal.ca

PROCÉDURE(S)

Votre participation consiste à donner une entrevue soit par modes virtuelle, au téléphone ou en face-à-face au cours de laquelle il vous sera demandé de décrire, entre autres choses, votre expérience d'utilisation du blogue HINNOVIC. Cette entrevue est enregistrée sur cassette audio avec votre permission et prendra environ 1 heure à 1 heure trente de votre temps. Le

lieu et l'heure de l'entrevue sont à convenir avec vous. La transcription sur support informatique qui en suivra ne permettra pas de vous identifier.

AVANTAGES et RISQUES

Votre participation contribuera à l'avancement des connaissances par une meilleure compréhension de la vision qu'ont les participants de la recherche universitaire et des responsabilités qu'elle engendre. Il n'y a pas de risque d'inconfort important associé à votre participation à cette rencontre.

Les données sur lesquelles nous discuterons ne sont pas sensibles. Toutefois, vous avez le choix de ne pas répondre à une question sans avoir à vous justifier.

CONFIDENTIALITÉ

Il est entendu que les renseignements recueillis lors de l'entrevue sont confidentiels et que seuls, la responsable du projet et ses directrices de recherche, Mme Christine Thoër et Mme Pascale Lehoux, auront accès à votre enregistrement et au contenu de sa transcription. Le matériel de recherche (cassette codée et transcription) ainsi que votre formulaire de consentement seront conservés séparément sous clé par la responsable du projet pour la durée totale du projet. Les cassettes ainsi que les formulaires de consentement seront détruits 2 ans après les dernières publications.

PARTICIPATION VOLONTAIRE

Votre participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que vous acceptez de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure, et que par ailleurs vous êtes libre de mettre fin à votre participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas les renseignements vous concernant seront détruits. Votre accord à participer implique également que vous acceptez que la responsable du projet puisse utiliser aux fins de la présente recherche (articles, conférences et communications scientifiques) les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement à moins d'un consentement explicite de votre part.

COMPENSATION FINANCIÈRE

Votre participation à ce projet est offerte gratuitement. Un résumé des résultats de recherche vous sera transmis au terme du projet.

DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS?

Vous pouvez contacter la responsable du projet à l'adresse courriel qui suit : laflour.stephanie@courrier.uqam.ca. Pour des questions additionnelles sur le projet, vous pouvez également discuter avec les directrices de recherche des conditions dans lesquelles se déroule votre participation et de vos droits en tant que participant de recherche. Leurs numéros apparaissent sur le haut de cette page.

Le projet auquel vous allez participer a été approuvé au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains. Pour toute question ne pouvant être adressée aux directrices de recherche ou pour formuler une plainte ou des commentaires, vous pouvez contacter le Président du Comité institutionnel d'éthique de la recherche, Joseph Josy Lévy, au numéro (514) 987-3000 # 4483. Il peut être également joint au secrétariat du Comité au numéro (514) 987-3000 # 7753.

REMERCIEMENTS

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de ce projet et nous tenons à vous en remercier.

SIGNATURES :

Je, _____ reconnais avoir lu le présent formulaire de consentement et consens volontairement à participer à ce projet de recherche. Je reconnais aussi que la responsable du projet a répondu à mes questions de manière satisfaisante et que j'ai disposé suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer. Je comprends que ma participation à cette recherche est totalement volontaire et que je peux y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme, ni justification à donner. Il me suffit d'en informer la responsable du projet.

Signature du participant :

Date :

Nom (lettres moulées) et coordonnées :

Signature du responsable du projet :

Date :

Veillez conserver le premier exemplaire de ce formulaire de consentement pour communication éventuelle avec l'équipe de recherche et remettre le second à l'interviewer.

BIBLIOGRAPHIE

- Adams, Samantha A. 2008. «Blog-based applications and health information: Two case studies that illustrate important questions for Consumer Health Informatics (CHI) research» En ligne. *International journal of medical informatics*, vol. 79, issue 6, juin 2010, pages e89-e96. In *Science Direct*.
<http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6T7S-4T6CF7911&_cdi=5066&_user=1072191&_pii=S1386505608001032&_origin=search&_coverDate=06/30/2010&_sk=999209993&view=c&wchp=dGLbVlz-zSkzS&md5=1555f3596c035100eef365be28b5d12f&ie=/sdarticle.pdf>
Consulté le 25 août 2010.
- Akrich, Madeleine. 1990. «De la sociologies des techniques à une sociologie des usages. De l'impossible intégration du magnétoscope dans les réseaux câbles de première génération» *Techniques et Culture*, n° 16, pp.83-110.
- Akrich, Madeleine. 1993. «Les formes de médiation technique» En ligne. *Réseaux*, 60, juillet-août, p.87-98 <<http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/08/17/30/PDF/93Reseaux.pdf>> Consulté le 21 septembre 2010.
- Akrich, Madeleine. 1993. «Les objets techniques et leurs utilisateurs, de la conception à l'action» En ligne. *Raison pratique*, no. 4, pp.35-57
<http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/08/17/31/PDF/93raison_pratique.pdf>
Consulté le 21 septembre 2010.
- Akrich, Madeleine et Cécile Méadel. 2009. «Les échanges entre patients sur l'Internet» En ligne. *La presse médicale*, vol. 38, no. 10, octobre 2009, p.1484-1490.
<<http://www.em-consulte.com/article/227343>> Consulté le 22 octobre 2010.
- Albarello, Luc, Françoise Digneffe et Jean-Pierre Hiernaux. 1995. *Pratique et méthodes de recherches en sciences sociales*. Paris : A. Colin. 179 pages.
- Baccino, Thierry, Catherine Bellino et Teresa Colombi. 2005. *Mesure de l'utilisabilité des interfaces*. Paris : Lavoisier. 278 p.
- Balakrishnan, Ravin et Jennifer Keelan, Vera Pavri et Kumanan Wilson. 2009. «An analysis of the Human Papilloma Virus vaccine debate on MySpace blogs» En ligne. In *Vaccine* 28, pp.1535-1540

<http://www.dgp.toronto.edu/~ravin/papers/vaccine2010_hpv> Consulté le 10 septembre 2011.

Bardin, Laurence. 1996. *L'analyse de contenu*. Paris : Presse universitaire de France. 291 pages.

Bechkoff, Jennifer, Angela Cora Garcia, Yan Cui et Alecea I. Standlee. 2009. «Ethnographic approaches to the Internet and computer-mediated communication» En ligne. *Journal of contemporary ethnography*, vol.38, no.1, février 2009 p.52-84. <<http://jce.sagepub.com/content/38/1/52.full.pdf+html>> Consulté le 7 octobre 2010.

Bédard, François et Francine Charest. 2009. *Les racines communicationnelles du Web*. Québec: Presse de l'Université du Québec. 119 pages.

Bichard, Shanon L, Thomas J Johnson, Barbara K. Kaye et Joann W Wong. 2007. «Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility». En ligne. *Journal of Computer-Mediated Communication*, no 13, article 6. <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/johnson.html>> Consulté le 11 juillet 2010.

Bijker, Wiebe E., Thomas P. Hughes et Trevor Pinch. 1987. *The social construction of technological systems new directions in the sociology and history of technology*. Angleterre : The MIT Press. 375 p.

Bijker, Wiebe E. et Trevor Pinch. 1984. «The social construction of facts and artefacts: or how the sociology of technology might benefit each other» *Social studies of science*, vol. 14, pp.399-441.

Boivin, Antoine, Genevieve Daudelin, Pascale Lehoux et Olivier Payette. 2009. «Fostering deliberations about health innovation: What do we want to know from publics?» En ligne. *Social Science & Medicine*. Volume 68, Issue 11, June 2009, p. 2002-2009. In *science direct* <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6VBF-4W1W4YR-1-1&_cdi=5925&_user=1072191&_pii=S0277953609001786&_origin=search&_coverDate=06/30/2009&_sk=999319988&view=c&wchp=dGLbVtb-zSkWb&md5=856013657639f9f2ae4db907481b2576&ie=/sdarticle.pdf> Consulté le 28 juin 2010.

Bonnemaizon, Audrey, Bernard Cova et Marie-Claude Louyot. 2007. «Relationship Marketing in 2015: A Delphi Approach» En ligne. *European Management Journal*. Volume 25, Issue 1, février 2007, p. 50-59. In ScienceDirect <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIImg&_imagekey=B6V9T-4MWHJ5H-7&_cdi=5907&_user=1072191&_pii=S0263237306000934&_origin=search&_c>

overDate=02/28/2007&_sk=999749998&view=c&wchp=dGLbVIW-zSkzV&md5=818477f2d1c8eea122dcb26a81455df5&ie=/sdarticle.pdf>
Consulté le 15 septembre 2010.

Bonneville, Luc, Sylvie Grosjean et Martine Lagacé. 2007. *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Les Éditions de la Chenelière inc. 203 pages.

Bos, Cor van den, Maud Geenen, Monique W.M. Jaspers et Thiemo Steen. 2004. «The think aloud method : a guide to user interface design». En ligne. *International Journal of Medical Informatics*. Vol 73, Issue 11-12, pp. 781-795. In *science direct*.
<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1386505604001820>>
Consulté le 12 novembre 2011.

Bouchindhomme, Christian. 2002. *Le vocabulaire d'Habermas*. Paris : Ellipse Édition Marketing. 76 pages.

Boulos, Maged Kamel, Inocencio Maramba et Steven Wheeler. 2006. «Wikis, blogs and podcasts : A new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice & education». En ligne. *BMC Medical education*.
<<http://www.biomedcentral.com/1472-6920/6/41>> Consulté le 29 août 2010.

Boulos, Maged Kamel et Steven Wheeler. 2007. «Mashing, Burning, Mixing and Destructive Creativity of Web 2.0 : Applications for Medical Education». En ligne. *Electronic journal in communication, information and innovation in health*. Vol. 1, no.1, p.27-33.
<http://healthcybermap.org/publications/RECIIS_51_EN.pdf> Consulté le 28 août 2010.

Boulos, Maged Kamel et Steven Wheeler. 2007. «The emerging Web 2.0 social software : an enabling suite of sociable technologies in health care education». En ligne. *Health information & libraries journal*. Vol. 24, issue 1, p.2-23.
<<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1471-1842.2007.00701.x/pdf>> Consulté le 28 août 2010.

Bouthat, Chantal. 2003. *Guide de présentation des mémoires et thèses*. Montréal : Université du Québec à Montréal. 110 pages.

Breton, Philippe et Serge Proulx. 2006. *L'Explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. Montréal : Les Éditions du Boréal. 352 pages.

Bryant, Alyssa N., Linda J. Sax et Shannon K. Gilmartin. 2003. «Assessing response rates and non response bias in Web and paper surveys». *Research in Higher Education*. Vol. 44, no.4, août 2003, p.409-431.

Centre francophone d'informatisations des organisations (CEFRIO). 2009. «Netquebec 2008. Portrait de l'utilisation des TI et d'internet au Québec» En ligne.

<<http://www.webmaestro.gouv.qc.ca/publications/08soutien/WebEducation2009/2009-06/Kooli.pdf>>, <<http://www.isiq.ca/documents/cefrio-netquebec2008.PDF>> Consulté le 28 juillet 2010.

Chabaud-Richter, Danielle. 1998. *Genre et techniques domestiques*. En ligne. In *Google books* <http://books.google.ca/books?id=IYrIcDCU3ocC&printsec=frontcover&dq=ChabaudRichter&source=bl&ots=xpVdDzChp7&sig=s6lxesKzBGepm5_mzfWeY_hJhhg&hl=fr&ei=GZirTK6lMIO88gbj8vWiCA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBUQ6AEwAA#v=onepage&q=signification%20d%E2%80%99une%20technologie%20&f=false> Consulté le 11 septembre 2010.

Chambat, Pierre. 1994. «Usages des technologies de l'information et de la communication (TIC); Évolution des problématiques» *TIS*, vol. 6, no 3. Pp.249-270.

Chambat, Pierre et Isabelle Pailliar. 1995. *L'espace public et l'emprise de la communication*. Grenoble : Éditions littéraires et linguistiques de l'Université Stendhal Grenoble. 211 pages.

Champagne, François, Jean-Louis Denis et Pascale Lehoux. 2004. «A knowledge utilization perspective on fine-tuning dissemination and contextualizing knowledge» En ligne. In *Using knowledge and evidence in health care : multidisciplinary perspectives*, p.18-40. Toronto : University of Toronto Press. 83 pages.

Chin-Lung, Hsu et Judy Chuan-Chuan Lin. 2007. «Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation» En ligne. *Information & Management*. Vol. 45, issue 1, janvier 2008, p. 65-74 In *ScienceDirect*. <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VD0-4RN4H7G1&_user=1072191&_coverDate=01/31/2008&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1482359440&_rerunOrigin=scholar.google&_acct=C000051289&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1072191&md5=48067d1da63e01be6ebc76bea5b8c1a3&searchtype=a> Consulté le 10 septembre 2010.

Cohendet, Patrick, Frédéric Créplet et Olivier Dupoüet. 2003. «Innovation organisationnelle communautés de pratique et communautés épistémiques : le cas de Linux». En ligne. *Revue française de gestion*. N° 146. 230 pages. In *Cairn.info*. <<http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2003-5-page-99.htm#>> Consulté le 3 avril 2011

Comité de travail spécial de l'éthique de la recherche en sciences humaines. 2008. «Élargir le spectre : l'EPTC et les enjeux éthiques de la recherche sur Internet». En ligne. <http://www.ger.ethique.gc.ca/policy-politique/initiatives/docs/Internet_Research_-_February_2008_-_FR.pdf> Consulté le 25 juillet 2010.

- Conein, Bernard. 2004. «Communauté épistémique et réseaux cognitifs: coopération et cognition distribuée» En ligne. *Revue d'économie politique*. Pages: 141-159 <ses.telecom-paristech.fr/enstcommed/07Conein%20REP.doc> Consulté le 13 juin 2011.
- Cullinane, Joe, Tanuja Singh et Liza Veron-Jackson. 2008. «Blogging : A new play in your marketing game» En ligne. *Business Horizon*, vol.51, issue 4, juillet-août 2008, p.281-292. In *ScienceDirect* <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MIimg&_imagekey=B6W45-4SR0V1K-5-1&_cdi=6533&_user=1072191&_pii=S0007681308000323&_origin=search&_coverDate=08/31/2008&_sk=999489995&view=c&wchp=dGLzVzb-zSkzk&md5=2651c3384bbd03ba1097eebb521cc9a3&ie=/sdarticle.pdf> Consulté le 15 septembre 2010.
- Dayan, Daniel. 1989. «À propos des la théorie des effets limités». En ligne. s.l. <http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/15361/HERMES__1989_4_93.pdf;jsessionid=E787BF19F7C3158D740911D352118716?sequence=1> Consulté le 16 août 2011.
- De Certeau, Michel. 1990. *L'invention du quotidien*. Paris : Paris Gallimard. 349 pages.
- Demers-Payette, Olivier. 2008. «Débat public sur la valeur sociale des innovations médicales: l'expérience d'un Café scientifique» Mémoire de maîtrise. Montréal, Université de Montréal. 178 pages.
- Dortier, Jean-François. 1998. *Les sciences humaines-Panorama des connaissances*. Auxerre : Éditions sciences humaines. 487 pages.
- Driscoll, Catherine et Mélissa Gregg. 2009. «My profile : The ethics of virtual ethnography» En ligne. *Emotion, space and society*, vol. 3, issue 1, mai 2010. In *ScienceDirect* <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B8JGP-4YN55F0-2&_user=1072191&_coverDate=05/31/2010&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1482372850&_rerunOrigin=scholar.google&_acct=C000051289&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1072191&md5=e064e0c623bc1bc231b98877e3c42614&searchtype=a>. Consulté le 21 septembre 2010.
- Drouin, José Nadia et Pascal Lapointe. 2007. *Science on blogue ! Québec : Éditions MultiMondes*. 295 pages.
- Dwyer, Paul. 2007. «Building trust with Corporate Blogs» En ligne. s.l. <www.icwsm.org/papers/2--Dwyer.pdf> Consulté le 25 juillet 2010.
- Elissalde, Jérôme, Judith Gaudet et Lise Renaud. Mars 2010. «Circulation des connaissances : modèle et stratégies». En attente d'être diffusé.

- Elissalde, Jérôme et Lise Renaud. 2010. «Les démarches de circulation des connaissances : mobilisation et valorisation des connaissances» In *Les médias et la santé : De l'émergence à l'appropriation des normes sociales*. Sainte-Foy : Presse de l'Université du Québec, p. 408-429.
- Eysenbach, Gunther. 2008. «Medicine 2.0: Social networking, collaboration, participation, apomediation, and openness» En ligne. *Journal of medical Internet research*, jul-sept 10 <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2626430/>> Consulté le 28 novembre 2011.
- Eysenbach, Gunther et James E Till. 2001. «Ethical issues in qualitative research on internet communities». En ligne. *BMJ* 2001;323:1103 <<http://www.bmj.com/content/323/7321/1103.short>> Consulté le 5 octobre 2010.
- Fesenmaier, Daniel R et Yeong-Hyeon Hwang. 2004. «Coverage error embedded in self-selected Internet-based samples : A case study of northern indiana» En ligne. *Journal of travel research*. <<http://jtr.sagepub.com/content/42/3/297.abstract>> Consulté le 26 juillet 2010.
- Figeac, Julien. 2009. «L'appropriation de la télévision mobile personnelle autour des réseaux de communication». En ligne. *Réseaux* 2009, vol 4, no. 156. <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-4-page-81.htm>> Consulté le 27 octobre 2010.
- Foon Hew, Khe et Jeffrey Wee Sing Sim. 2010. «The use of weblogs in higher education settings : A review of empirical research» En ligne. *Educational research review*. Vol. 5, issue 2, 2010, p.151-163. In *ScienceDirect*. <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B7XNV-4Y64575-1&_user=1072191&_coverDate=12/31/2010&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1482376983&_rerunOrigin=google&_acct=C000051289&_version=1&_urlVersion=0&_userId=1072191&md5=2dc2fc034f8d464b1521f823bcad22d6&searchtype=a> Consulté le 30 août 2010.
- Fox, Susannah et Sydney Jones. 2009. «The social life of health information» En ligne. *PewInternet&Americanlifeproject* <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2009/PIP_Health_2009.pdf> Consulté le 17 juillet 2010.
- Glaser, Barney G. et Anselm Strauss. 2010. *La découverte de la théorie ancrée : stratégies pour la recherche qualitative*. Paris : Armand Colin. 409 pages.
- Grégoire, Gille. 2010. «Le référencement sur Google». En ligne. In *Google books*. <http://books.google.fr/books?id=qEBOW3ksP3IC&printsec=frontcover&dq=gilles+gr%C3%A9goire&hl=fr&ei=U068TO_pBsT7lwftjO3TDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false> Consulté le 18 octobre 2010.

- Hamel, Stéphane. 2010. «Understanding unique visitor» En ligne. In *Immeria : An immersion in analytics*. <<http://blog.immeria.net/2008/01/understanding-unique-visitors.html>> Consulté le 7 octobre 2010.
- Haythornthwaite, Caroline. 2009. «Crowds and communities : Light and Heavyweight Models of Peer Production». En ligne. s.l. <<https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/9457/HICSS%2042%20PPVCC%20Jan%202009.pdf?sequence=2>> Consulté le 5 décembre 2010.
- Héas, Stéphane et Véronique Poutrain. 2003. «Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet» En ligne. *Revue en ligne des sciences humaines et sociales*. No.4, novembre 2003. <<http://www.ethnographiques.org/2003/Heas,Poutrain.html>> Consulté le 26 juillet 2010.
- Hine, Christine. 2000. *Virtual ethnography*. Californie. Sage publications. 178 pages.
- Hine, Christine. 2005. *Virtual Methods*. Oxford; New York; Berg. 242 pages.
- Jouët, Josiane. 1993. «Pratiques de la communication et figures de la médiation» En ligne. *Réseaux*, Vol. 11, n° 60, pp. 99-120. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_0751-7971_1993_num_11_60_2369> Consulté le 5 décembre 2011.
- Juan, Salvador. 2007. *Action et enjeux spatiaux en matière d'environnement*. En ligne. In *Googlebooks*. <http://books.google.ca/books?id=06C47sg1rMUC&printsec=frontcover&dq=Action+et+enjeux+spatiaux+en+matière+d'environnement&hl=fr&ei=Lq6nTOWOJMH38Ab456HsDA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=Action%20et%20enjeux%20spatiaux%20en%20matière+d'environnement&f=false> Consulté le 3 septembre 2010.
- Kazmer, Michelle M. et Bo Xie. 2008. «Qualitative interviewing in Internet studies : Playing with the media, playing with the method». En ligne. *Information, Communication & Society*, 11: 2, p. 257-278. <http://pdfserve.informaworld.com/650400_770885140_791547307.pdf> Consulté le 4 septembre 2010.
- Kivits, Joëlle. 2005 «Online Interviewing and the Research Relationship» En ligne. In *Virtual methods : issues in social research relationship* de Christine Hine p.35 <http://books.google.ca/books?hl=fr&lr=&id=-brpqi0JdJUC&oi=fnd&pg=PA35&dq=Online+Interviewing+and+the+Research+Relationship&ots=07Ac2uG4mO&sig=ppc1KU1AX2neuBoDBnlt_OmAMU#v=onepage&q=Online%20Interviewing%20and%20the%20Research%20Relationship&f=false> Consulté le 30 mars 2011.
- Klein, Annabelle. 2007. *Objectif blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*. Paris : L'harmattan. 229 pages.

- Kvale, Steinar. 1996. *Interviews- An introduction to qualitative research interviewing*. Californie : Sage publications. 326 pages.
- Laberge, Marie-France et Serge Proulx. 1995. «Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale» En ligne. In *Réseaux*, n°70, Paris, CNET. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/reso_0751-7971_1995_num_13_70_2669> Consulté le 5 septembre 2011.
- Lambert-Chan, Marie. 2008. «Université de Montréal : Les innovations médicales à l'heure du blogue - La professeure Pascale Lehoux veut créer un lieu de débat inédit» En ligne. *Forum*, Volume 42, Numéro 19, 4 février 2008. <http://www.profetic.org/spip.php?article9087&var_recherche=université%20de%20montréal%20innovations%20médicales> Consulté le 2 juillet 2010.
- Le Breton, David. 2004. *L'interactionnisme symbolique*. Paris : Presse universitaire de France. 249 pages.
- Legros, Michel. 2009. «Étude exploratoire sur les blogs personnels santé et maladie : An explorative study of personal healthcare and illness blogs». *Santé Publique*. Hors série Novembre-Décembre 2009, p.41-51.
- Levy, Pierre. 2009. «From social computing to reflexive collective intelligence : The IEML research program». En ligne. *Information sciences*. Volume 180, issue 1,2 janvier 2010, pages 71-94. In *sciences direct*. <http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V0C-4WYDN371&_user=1072191&_coverDate=01/02/2010&_alid=1499914079&_rdoc=2&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_zone=rslt_list_item&_cdi=5643&_sort=r&_st=4&_docanchor=&_ct=13442&_acct=C000051289&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1072191&md5=b5ea4f92ec4f7301a40e404b0b38a4bc&searchtype=a#hit6> Consulté le 15 octobre 2010.
- Lim, Joon Soo et Sung-Un Yang. 2009. «The Effects of Blog-Mediated Public Relations (BMPR) on Relational» En ligne. *Journal of public relation research*. 21: 3, p. 341-359 <<http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a912245180~db=all~jumpType=rss>> Consulté le 8 août 2010.
- Loubna, Kris. 2005. «Appropriation des technologies de l'information et de la communication (TIC): les communautés virtuelles marchandes : cas communauté des gamers». Mémoire de maîtrise. Montréal, Université du Québec à Montréal. 225 pages.
- Maigret, Eric. 2003. *Sociologie de la communication et des médias*. 2^e édition. Paris : Colin. 287 pages.
- Mayer, Robert et Francine Ouellet. 1991. *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Québec : G. Morin. pp.305-331.

- McKeown, Larry et Cathy Underhill. 2008. «Obtenir une seconde opinion- Information sur la santé et Internet» *Statistique Canada : Rapports sur la santé*, vol. 19, no. 1, mars 2008. P. 1-6.
- Méadel, Cécile. 2009. *La réception*. Paris : CNRS. 159 pages.
- Millerand, Florence. 1998 et 1999. «Usage des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (Partie I et II)». En ligne. *COMMposite* : v98.1 <<http://commposite.org/index.php/revue/article/view/102/80>> Consulté le 11 août 2010.
- Millerand, Florence. 2002. «La dimension cognitive de l'appropriation des artefacts communicationnels» En ligne. In *Internet : nouvel espace citoyen*. Paris : L'Harmattan, p. 181-203. <http://www.er.uqam.ca/nobel/grmnob/drupal/static/textes/Millerand_2002.pdf> Consulté le 4 août 2010.
- Millerand, Florence. 2003. «L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires. Vers l'émergence d'une culture numérique ?», Thèse de doctorat. Montréal, Université de Montréal. 440 pages.
- Millerand, Florence, Serge Proulx et Julien Rueff. 2010. *Web social : Mutation de la communication*. Montréal: Presses de l'Université du Québec. 363 pages.
- Mongeau, Pierre. 2008. *Réaliser son mémoire ou sa thèse : Côté Jeans & Côté Tenue de soirée*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 145 pages.
- Noyé, Didier. 2008. «Déployer des objectifs: Accélérer et sécuriser le déploiement de la stratégie» En ligne. In *Animer une communauté de pratique*. Insep Consulting Editions. 48 pages. <http://books.google.ca/books?id=BN1gfWYA8RwC&printsec=frontcover&dq=D%C3%A9ployer+des+objectifs:+Acc%C3%A9lérer+et+s%C3%A9curiser+le+d%C3%A9ploiement+de+la+strat%C3%A9gie.&hl=fr&ei=hoeqTN7AJ0H68AbU_bC1CA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCsQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false> Consulté le 14 avril 2010.
- Office québécois de la langue française. 2010. «Office québécois de la langue française». En ligne. <<http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/Internet/fiches/8366737.html>> Consulté le 7 octobre 2010.
- Opentracker. 2009. «The difference between hits, visitors, visits, and pageview» En ligne. In *opentrack*. <<http://www.opentracker.net/en/articles/hits-visitors-pageviews.jsp>> Consulté le 7 octobre 2010.
- Oudshoorn, Nelly et Trevor Pinch. 2003. *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technologies*. Londres : The MIT Press. 340 pages.

- Paillé, Pierre. 1994. «L'analyse par théorisation ancrée» En ligne. In *Érudit*.
<<http://www.erudit.org/revue/crs/1994/v/n23/1002253ar.pdf>> Consulté le 23 mai 2011.
- Perriault, Jacques. 2008. *Logique de l'usage : Essai sur les machines à communiquer*. En ligne. In *Google books*. <http://books.google.ca/books?id=W7nHMG_m-SYC&printsec=frontcover&dq=Logique+de+l%E2%80%99usage+:+Essai+sur+les+machines+%C3%A0+communiquer&source=bl&ots=B4MlqH_S82&sig=-Qyt8VrTPP0uj6NWVcuXwL99pWM&hl=fr&ei=AoiqTKm5J4L48AbmgcWEC A&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&sqi=2&ved=0CBUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false> Consulté le 23 août 2010
- Piotet, Dominique et Francis Pisani. 2008. *Comment le Web change le monde : l'alchimie des multitudes*. Paris : Pearson village mondial. 263 pages.
- Poupart, Jean. 1997. *La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques* Québec : G. Morin. 405 pages.
- Proulx, Serge. 1998. *Accusé de réception*. Québec : Presses de l'Université de Laval. 197 pages.
- Proulx, Serge. 2001. «Usages des technologies d'information et de communication : reconsidérer le champ d'étude ? » En ligne.
<http://www.er.uqam.ca/nobel/grmnob/drupal5.1/static/textes/proulx_SFSIC2001.pdf> Consulté le 2 février 2011.
- Proulx, Serge. 2005. «Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui : enjeux-modèles-tendances» *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, Tome 1, Presse universitaire de Bordeaux, Bordeaux, p.7-20.
- Proulx, Serge. 2007. «Interroger la métaphore d'une société de l'information : horizon et limites d'une utopie» En ligne. <<http://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2008-proulx-interroger-la-9.pdf>> Consulté le 2 février 2011.
- Proulx, Serge. 2010. «Internet et la culture de la gratuité» En ligne.
<<http://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2011/02/2010-proulx-internet-et-la-225.pdf>> Consulté le 2 février 2011.
- Proulx, Serge. 2011. Serge Proulx : Professeur titulaire. École des médias. Université du Québec à Montréal. Professeur associé. Télécom Paris tech. En ligne.
<<http://sergeproulx.uqam.ca/>> Consulté le 2 février 2011.
- Puig-Verges, N. et M.G. Schweitzer. 2008. «Philosophie de l'esprit et théorie de l'esprit : Une approche de l'épistémologie clinique comparative» En ligne. In *sciences direct*. Annales Médico-psychologique, revue psychiatrique, vol.166, Issue 2, mars 2008, p.127-131.
<http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6X0W-

4RS9SRV-

1&_user=1072191&_coverDate=03/31/2008&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1516500581&_rerunOrigin=google&_acct=C000051289&_version=1&_urlVersion=0&_userid=1072191&md5=72f8f8e68c3bde688237cc0d4ab73c37&searchtype=a>
Consulté le 27 octobre 2010.

Raymond, Danielle. 2006. *Qu'est-ce qu'apprendre et qu'est-ce qu'enseigner ?* Montréal : Association québécoise de pédagogie collégiale. 156 pages.

Robillard-Bastien, Alain. 2010 (2 janvier). «Critères ergonomique de Scapin et Bastien». En ligne. In *ergoweb*. <<http://www.ergoweb.ca/criteres.html>> Consulté le 1^{er} septembre 2010.

Roth, Camille. 2008. «Réseaux épistémiques : formaliser la cognition distribuée» *Sociologie du travail*, volume 50, issue 3, Juillet-septembre 2008, pp.253-271.

Rouquette, Sébastien. 2009. *L'analyse des sites internet : Une radiographie du cyberspace*. Bruxelles : De Boeck; Paris : INA. 335 pages.

Rubin Herbert J. et Irène S. Rubin. 1995. *Qualitative interviewing-the art of hearing data*. Californie : Sage Publications. 291 pages.

Savoie-Zajc, Lorraine. 2003. «L'entrevue semi-dirigée». In *Recherche en sciences sociales : de la problématique à la collecte des données*, sous la dir. de Gauthier, Benoit. p.293-315. Québec : PUQ

Savoie-Zajc, Lorraine. 2007. «Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide ? ». *Collection «Hors-série»: Les actes*, n°5, pp.99-111.

Thoër, Christine. 2011. *Enjeux et défis des entrevues en ligne : Conférence donnée dans le cadre de l'École d'été sur les méthodes de recherche en ligne en santé organisée par l'Axe Internet et santé du Réseau de recherche en santé des populations du Québec* (UQAM, 18019 mai 2011) En ligne. <<http://blogsgrms.com/internetsante/2011/07/07/enjeux-et-defis-des-entrevues-en-ligne/>> Consulté le 12 novembre 2011.

Wenger, Etienne. s.d. *Welcome to my home page: Etienne Wenger*. En ligne. <<http://www.ewenger.com/>> Consulté le 13 juillet 2010.

Wright, Kevin B. 2005. «Researching Internet-based populations : Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and Web Survey services» En ligne. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), article 11. <<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/wright.html>> Consulté le 7 août 2010.